

دراسات

د. عليا عوده أبو هليك

الموارد البشرية في السياحة الأردنية

الموارد البشرية
في السياحة الأردنية

● الموارد البشرية في السياحة الأردنية
● عليا عوده أبو هليل
● دراسات
● وزارة الثقافة
● الطبعة الأولى ٢٠٢٢
عمان – الأردن
ص .ب ١٣٢ – عمان
تلفون : ٤٦٢١٧٢٤
تلفاكس : ٤٦٣٧٠٤١
www.jowirters.org
Email:info@jowiters.org
● الاخراج الفني : ناصر الجرارعة

المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
(2022/1/370)

338.47910711565
الموارد البشرية في السياحة الأردنية/ عليا عودة أبو هليل .– عمان : وزارة الثقافة ، 2022 .
(170) ص .
ر .إ : (2022/1/370) .
الواصفات : **التعليم السياحي// الكليات الجامعية// صناعة السياحة// التعليم العالي// الأردن/** .
❋ يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبّر هذا المصنف عن رأي المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى .

ISBN: 978-9957-94-782-8 : **ردمك**

الموارد البشرية
في السياحة الأردنية

الدكتورة

عليا عوده أبو هليل

عمان 2022م

الإهـــداء

إلى روح والدي الطاهرة التي رحلت وقد أرست في نفوسنا كل القيم وحب العلم والتعلم

إلى السند الذي شاطرني عمري بحلوه ومُرّه زوجي الغالي سليمان

إلى النجوم المضيئة في حياتي، قُرّة عيني، أبنائي الأفذاذ.

إلى أحبابي الذين عرفت معهم طعم النجاح والإنجاز إخوتي، أصدقائي، رفقاء دربي.

مع تحيات: د.عليا أبو هليل

فهرس المحتويات

فهرس الجداول

فهرس الأشكال

المقدمة

تحظى السياحة في دول العالم بأهمية بالغة؛ لما لها من آثار على النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية للمجتمعات والدول، وتزايدت هذه الأهمية مع التطورات التي يشهدها العالم؛ بسبب التطور التكنولوجي والمعرفي والعولمة، وتحرير التجارة الدولية، خاصة تجارة الخدمات التي تُعَدّ السياحةُ من أبرزها.

وتُعَدّ صناعة السياحة من أهمّ روافد الاقتصاد العالمي في القرن الحادي والعشرين، فهي تسهم بشكل كبير في تشغيل الأيدي العاملة، وتوفّر فرصاً عديدة للشباب، فتعمل على التقليل من حجم البطالة، فضلاً عن قدرته على إحياء وتمكين المجتمعات المحليّة الفقيرة من وسائل العيش المستديم، من خلال التوسع في المشاريع الصغيرة والمتناهية الصغر، التي تساعد في التشغيل وليس التوظيف (مقابلة وذيب، 2000).

وتُمثّل صناعة السياحية في الأردن واحدة من أبرز الدعائم في الاقتصاد الوطني، إذ تسهم بما نسبته (14.7%) في دعم الاقتصاد الوطني حسب التقرير الصادر عن البنك المركزي لعام 2016م، فقد بلغت مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحليّ حوالي (2.5 مليار دينار أردني)، كما وصل عدد العاملين في هذا القطاع في عام 2016م حوالي واحد وخمسين ألف عامل، حسب إحصاءات وزارة السياحة والآثار (وزارة السياحة والآثار الأردنية، 2017م)، ممّا يدلُّ على أهمية هذا القطاع ودوره في الاقتصاد الأردنيّ، إذ إنّ الأردن يمتلك مقومات سياحية: طبيعية وحضارية، وبشرية ودينية وعلاجية، ما يُهيِّئ له أن يحتلَّ مكانةً مرموقةً بين البلدان السياحية.

ويرتبط التعليم الجامعي في كلّ المجتمعات ارتباطاً وثيقاً بالنظام الاقتصادي بشكل عام، وبهيكل العمالة بشكل خاص، فيساعد سوق العمل إلى الوصول لحالة من التوازن، لذا فإنَّ كفاية النظام الجامعي تتحقّق بمعدلات مرتفعة في حالة تلبية حاجات المجتمع من الأيدي العاملة المؤهلة التي تتطلبها مواقع العمل والإنتاج، أما فقدان التوازن في سوق العمل، سواء في العجز أم في الفائض، فإنَّ ذلك سيؤدي إلى علاقات تخلٍّ بين ما ينتجه النظام التعليمي، وما يعرضه من عمالة مدربة (المطيري، 2014).

وهكذا نجد أنَّ التعليم الجامعيّ يُعدّ ركيزة أساسية لتحقيق التنمية في مختلف النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ورافداً مهماً للاستثمار في الموارد البشرية، ومصدراً رئيساً لتلبية احتياجات سوق العمل، وهذا يعني ضرورة مواءمة مخرجاته لحاجات سوق العمل وتطلعاته، بشكل يُعزّز رسالة التعليم الجامعي، ويُعظّم من قدرته على مواجهة التغيّرات المتسارعة في العالم، وفي سوق العمل المحلي والعالمي، وتوفير تسهيلات التدريس والتدريب الملائمة لحاجاته (العتيبي، 2010).

وقد ذكر راشد (2007) أنَّ التعليم الجامعي في المجتمعات المعاصرة هو من أهمّ مراحل التعليم لإعداد الكوادر البشرية المدربة، القادرة على قيادة مؤسسات مدنية، وعنصر أساسيّ في تنمية المجتمع وزيادة إنتاجه، ويُعدّ الاستثمار في التعليم الجامعي ادخاراً في العنصر البشري.

إنَّ للتعليم الجامعي دوراً بارزاً وتأثيراً مباشراً على أفراد المجتمع، ولا بدّ أن تضطلع الكليّات السياحية في الجامعات الأردنية بدورها في إعداد وتدريب طلبتها، حتى يكونوا على درجة عالية من الكفاية المهنية والثقافية والتخصصية في المجال السياحي، وذلك من خلال تطوير مناهجها بما يُبرز السياحة كقطاع اقتصادي رائد (الريامي، 2009).

ويُمثّل المنهج الوسيلة التربوية الأساسية التي يتمّ بواسطتها تعديل

سلوك الفرد، كما تُنمّي قدراته وتزيد خبراته، وتُطوّر مهاراته واتجاهاته الإيجابية، وهو يعني أنَّ المنهج هو المحور الحيويّ في العملية التربوية، ممّا يجعل الاهتمام بالمنهج تخطيطاً وتنفيذاً وتقويماً وتطويراً، ضرورةً تربويّةً تُمكّن من اللحاق بركب المتغيرات والمستجدات التربوية الحديثة (الحريري، 2011).

وحيث إنَّ التعليم والعمل يسيران جنباً إلى جنب والنشاط الإنساني، فإنَّه يقع على عاتق الجامعات إعداد المناهج، ووضع البرامج التدريبية التي تسهم في إمداد سوق العمل بموارد بشرية عالية الكفاءة، ممّا يُسهم في تحقيق التنمية الاقتصادية للمجتمع، ولا سيّما تنمية القطاع السياحي، وبناءً على ما سبق فقد جاءت هذه الدراسة للتعرّف على مدى مواءمة مخرجات برامج الكليّات السياحية في الجامعات الأردنية، والعمل على تطويرها لمواكبة حاجات العصر المتجددة نحو الأفضل.

الفصل الأول

الإطار النظري والدراسات السابقة

الفصل الأول
الإطار النظري والدراسات السابقة

أولاً: الإطار النظري:

السياحة وأهميتها:

لقد شهد العالم تطوراً ملحوظاً في مجالات الحياة المختلفة العلمية والسياحية والصناعية والتجارية، والسياحةُ شأنها شأن أيٍّ صناعة أخرى، فقد أصبحت من أهمّ المصادر التي تعتمد عليها الدول للحصول على العملات الأجنبية الصعبة والقضاء على البطالة، ممّا دفع دول العالم لأن تجعلَ من دولها مناطق جذب سياحيّ للحصول على هذه الفوائد التي تُحقّقها السياحة (الياس، الديماس، الرفاعي، وعطير، 2001).

وتُعدّ السياحة ظاهرة اجتماعية واقتصادية برزت بشكل موازٍ لنمو المجتمعات الصناعية، ونتيجة لمجموعة عوامل، منها: زيادة وقت الفراغ، تحسين مستويات المعيشة لفئات اجتماعية كبيرة، انتشار ملكية السيارات، وتخفيف الإجراءات الدولية في مجالات السفر، كلّ هذه العوامل أدّت لزيادة المشاركين في السياحة من الطبقات الاجتماعية المختلفة، وبخاصة من الطبقة الوسطى العريضة، ولهذه الأسباب فإنَّ السياحة لها قيمة عالية للعديد من الدول، فوضعت إستراتيجيات لتطوير صناعة السياحة، من خلال الاستفادة من العوائد المالية من العملات الصعبة، وتوفير الوظائف للاقتصاد المحليّ (الملكاوي، 2008).

وقد برزت الأهمية الاقتصادية لقطاع السياحة بعد أن أصبح هذا القطاع في النصف الثاني من القرن العشرين أحد المكونات الهامة في

الهيكل الاقتصادي لدى كثير من دول العالم، فقد أصبحت الموارد من السياحة تمثّل أكثر من 6% من الناتج العالمي، حيث تلعب دوراً هاماً في اقتصاديات بعض الدول كمصدر هامّ من مصادر الدخل القومي، ويعمل في السياحة بشكل مباشر أو غير مباشر واحد من كل (11) فرداً عاملاً على مستوى العالم، ويحتلّ قطاع السياحة على مستوى العالم المركز الرابع كقطاع تصديري، بعد البترول والكيماويات والأغذية، وله الصدارة في استخدام وتشغيل وسائل النقل الجوي والبحري والبري، ويساهم بنحو 5 تريليون دولار سنويًا في الصادرات العالمية.

وفي سنة 2014 م بلغت حركة السياحة العالمية نحو (1100) مليون سائح، وفق منظمة السياحة العالمية UNWTO، ومن المتوقع أن يرتفع عدد السائحين سنة 2030 م إلى (1800 مليون سائح يأتون من جميع مختلف أنحاء العالم (زين الدين، 2016) لزيارة الأماكن التي يرغبون بزيارتها، وخاصة المعالم الأثرية، ومنها مدينة البتراء.

وقد أحدثت الثورة الصناعية تغييرًا واضحًا في وسائل الاتصال وتطويرها، ممّا أدّى إلى سهولة السفر والتنقل واختصار الوقت، وازدادت بعد الحرب العالمية الثانية، حيث بدأ تطوير الطائرات المدنية، وكذلك السيارات والقطارات (توفيق، 2008)، ويرى دوكلاس بيرس DOUGLAS PEARCE الوارد في (الرفاعي، 2003) أنَّ علم السياحة تطوّر تطوراً ملحوظاً بما يتوافق مع حركة السياحة الدولية بعد الحرب العالمية الثانية، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب منها:

1. التطورات التكنولوجية التي أدّت إلى تحسين طرق الإنتاج ووسائله، ممّا أدّى إلى توفير الجهد الإنساني، وتحسين ظروف العمل، وزيادة أوقات الفراغ والإجازات الممنوحة.
2. تقدّم وسائل النقل والمواصلات وتطورها، والاتصالات تقرّب المسافات.

3. سهولة تبادل الخبرات وانتشار المعرفة.
4. ارتفاع معدلات الدخول والثروات والنظرة للسياحة كضرورة حتمية.
5. اهتمام المنظمات والهيئات الدولية والمجتمع الدولي بالسياحة وأهميتها، اقتصادياً، اجتماعياً، وسياسياً.

ويقول عريقات والساقي (2004) تتمتع السياحة بنشاط واقتصاد بالغ الأهمية، حيث أخذت في النمو والتطور حتى غدت صناعة قائمة برأسها، تتقاطعها مجالات اقتصادية عدة من دول العالم، حيث تُمثِّل مصدراً رئيساً لدخلها؛ لما لها من قدرة على تحريك القطاعات الاقتصادية والأنشطة المختلفة الأخرى، وتحظى السياحة بأهمية متميزة لما لها من آثار على النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية للمجتمعات والدول، وتزايدت هذه الأهمية مع التطورات التي يشهدها العالم، كالتقدّم التكنولوجي والعولمة، وتحرير التجارة الدولية، خاصة تجارة الخدمات التي تُعَدّ السياحة أبرزها.

تبرز السياحة في الدول المتطورة كرافد أساسي في التنمية الاقتصادية، ولذلك نجد ضخامة الاستثمارات المختلفة في القطاع السياحي، كما حدث في إيطاليا وإسبانيا واليونان والمكسيك، وغيرها من البلدان التي حقّقت تقدّماً كبيراً في هذا المجال، وتتكاتف أجهزة الدولة لدعم صناعة السياحة باعتبارها ركيزة أساسية للاقتصاد القوميّ، كما أنَّها تُعَدّ من أكبر مجالات خلق فرص عمل جديدة (Bordelais & Jean، 2007)، وتوفّر السياحة العديد من الآثار الاقتصادية، منها: تنمية المرافق الأساسية والبنى التحتية، تحقيق الرواج الاقتصادي، تحسين ميزان المدفوعات، تسويق بعض السلع، زيادة الاستثمار الوطني والأجنبي، توفير فرص عمل، وحلّ مشكلة البطالة (دعبس، 2001).

وتظهر الدلائل والإحصاءات أنَّ هناك تمركزاً حاداً في الأماكن

السياحية في العالم، فالجزء الأكبر من السياح يتجه نحو أوروبا، ويبقى نصيب الدول العربية ضعيفاً، إذ تأتي الدول العربية في آخر الترتيب العالمي في الجذب السياحي، وعلى الرغم من توافر الكثير من المقومات السياحية للدول العربية التي تؤهلها لأن تكون مركزاً عالمياً مستقطباً وجاذباً للسائحين، فإنَّ حصتها في سوق السياحة العالمية لا تتجاوز 5%، وقد أدركت الدول العربية أهمية الصناعة السياحية وضرورة التعاون المشترك فيها، فأسّست «منظمة السياحة العربية» ووقّعت اتفاقيات مشتركة، ووضعت خططاً وإستراتيجيات لتنشيط السياحة البينية العربية، بما يخدم المصالح المشتركة لكل الدول العربية، مع الأخذ بعين الاعتبار بأنَّ تنمية السياحة البينية العربية تتطلب توفير عوامل عدة، أهمّها: وجود رغبة حقيقية في تفعيل القطاع السياحي على مستوى الحكومات ووزارات السياحة في الدول العربية، وتوفير مناخ استثماري يُسهّل حركة رؤوس الأموال، وقوانين تنظّم التكامل السياحي المرغوب فيه، والبنى التحتية المساعدة (شياد، 2014).

وتُظهر المؤشرات السياحية المختلفة تبايناً كبيراً للسياحة في كلّ دولة عربية، من حيث عدد السياح والبنية التحتية والبيئة التشريعية والتنظيمية، وإيماناً بأهمية وجود تعاون سياحي عربي، يكفل تعظيم المنافع للجميع، قامت الدول العربية بإبرام اتفاقيات ثنائية وجماعية، وعقد ندوات ومؤتمرات لبناء إستراتيجية سياحة بينية حقيقية، تحقّق تقارب الأهداف، لكن لا تزال الجهود متواصلة بغية دعم القطاع السياحي العربي وتنميته، وزيادة حركة السياحة العربية البينية. (جامعة الدولة العربية، 2007)

وقد صاحب الاهتمام بقطاع السياحة والسفر في الدول العربية ارتفاع مستوى الاستثمار العام والخاص في مشاريع البنية الأساسية المرتبطة بالسياحة، والتي تشمل الإقامة، الانتقال، الحدائق العامة، والمنتجعات، وتبذل الدول العربية جهوداً كبيرة لتيسير الاستثمار في هذه المجالات.

وأظهر تقرير السياحة العالمي أنَّ عدد السائحين القادمين إلى الشرق الأوسط يقارب (52) مليوناً عام 2012 وقد انخفض العدد بنسبة 5% مقارنة بعام 2011؛ بسبب الاضطرابات التي شهدتها بعض دول المنطقة، كما أنَّ نسبة مؤشر عدد السياح إلى عدد السكان قد بلغت 98% في دولة الإمارات العربية المتحدة، وهي أفضل نسبة بين الدول العربية؛ وذلك بسبب الاهتمام بالبنية التحتية، والقيام باستثمارات سياحية كبيرة، وامتلاكها اقتصاداً حديثاً ومتطوراً مكّنها من استقبال عدد سياح يفوق بكثير عدد السكان، وبالنسبة إلى باقي الدول العربية، نجد أنَّ الأردن، والسعودية، وقطر حقّقت نسبة مؤشر مرتفعة نسبياً، وكانت على التوالي 66% و 48%، و 48% ويبقى العراق وفلسطين واليمن في مستويات منخفضة من مؤشر نسبة السياح إلى عدد السكان؛ وهذا لضعف في تخطيط السياحة وتنميتها، وضعف في البنية الأساسية (الأمانة العامة لجامعة الدول العربية، 2011).

كما أنَّ نسبة مساهمة القطاع السياحي في الناتج المحليّ الإجماليّ للدول العربية متباين من دولة إلى أخرى، حيث تراوحت نسبة المساهمة بين 5% و22.5%، حيث يعتمد الأردن بشكل كبير على القطاع السياحي في تنمية اقتصاده، وهذا لافتقار الأردن إلى موارد الطاقة (البترول والغاز)، كما يسهم القطاع في توظيف أكثر من 18% من القوى العاملة في البلد، وتنخفض النسبة في الدول العربية الأخرى (التوني، 2001).

ويسهم القطاع السياحي في لبنان بنسبة % 25 في الناتج المحلي الإجمالي، ويوفر أكثر من 322 ألف فرصة عمل، وتأتي مصر في المرتبة الأولى من حيث عدد العاملين في القطاع السياحي بما يفوق 3 ملايين عامل، وهو رقم كبير، وسبب ذلك كبر مساحة مصر وعدد سكانها، وتوافر المواقع الأثرية والتاريخية، ومناطق سياحية متنوعة، ومناخ معتدل، كل ذلك أسهم في تنشيط السياحة في مصر، ومن حيث نسبة مساهمة السياحة في الناتج المحلي الإجمالي، فقد بلغت ما يقارب 21% وحققت البحرين أقل

توظيف من العاملين في القطاع السياحي، حيث بلغ عدد العاملين (77) ألف عامل عام 2012، وهذا بحكم المساحة الصغيرة وقلة عدد السكان (World Travel & Tourism Council، 2013).

ويترتب على نمو قطاع السياحة العربية وتطورها العديد من الآثار الاقتصادية والاجتماعية الهامة، مثل خلق فرص العمل الجديدة، والمساهمة الفعّالة في تحسين مركز ميزان المدفوعات، وتشجيع الاستثمارات المحلية والأجنبية، وزيادة الدخل القومي، والتأثير على العديد من الأنشطة الاقتصادية الأخرى المرافقة للقطاع السياحي مثل قطاع النقل والمواصلات والاتصالات والصناعة والزراعة، والمصارف والإنشاءات وغيرها، وحيث إنَّ الوطن العربي يتميز بموقع مهم في قلب العالم، ويتوسط ثلاث قارات، ويربط بينها بالطرق البرية والبحرية والجوية، فقد توافرت في هذا الموقع مساحات واسعة من الأراضي تحتوي على العديد من الموارد الاقتصادية والسياحية، وجعل منه ملتقى ثقافات الشرق والغرب، وأدّى إلى تنويع مناخي قلما يوجد في وحدة سياسية أخرى في العالم، ممّا يساعد على تدفق الحركة السياحية إلى المنطقة العربية صيفاً وشتاءً للتعرف على العديد من الحضارات والمناطق الأثرية والتاريخية والدينية التي تميّزها عن مناطق العالم الأخرى.

وتطوير قطاع السياحة والارتقاء بقدراته التنافسية في الدول العربية، يكون من خلال توافر العوامل الآتية (صالح، عتيقة، وصاف، 2010):

1. تنفيذ الهيئات ذات الوصاية على قطاع السياحة لمشاريع تطوير قطاع السياحة، وتطبيق إستراتيجية التنمية السياحية المستديمة لتأهيل القطاع من خلال استغلال الإمكانيات السياحية الضخمة والمتنوعة، والتصدي في الوقت نفسه للمنافسة وأدواتها الاقتصادية والتقنية القادمة نتيجة للعولمة، ممّا يتطلب توجيه السياسات

الحكومية لتحسين بيئة الاستثمار السياحي، وتنمية الموارد البشرية السياحية، وفتح المجال للقطاع الخاص، حيث إنَّ صناعة السياحة تقع على عاتق أكثر من قطاع في الحكومة، خاصة في تهيئة المناخ المطلوب لاجتذاب السياح، وفي تجويد نوعية المنشآت والخدمات، إلى جانب تطوير الكفاءات العاملة في القطاع السياحي وتحسين مهاراتهم.

2. وضع آلية لتنظيم عمل الشركات العالمية، لمنع استغلال القوى الكبيرة والمسيطرة، مع تطبيق نظام عالمي لأخلاقيات السياحة، يسهم في تحقيق تنمية سياحية مستديمة، ومسؤولة وعادلة على المستوى العالمي وفق ميثاق شرف.
3. الاهتمام بتدريب العاملين في شركات السياحة ووكالات السفر والشركات الفندقية على كيفية استخدام شبكة الإنترنت في الترويج السياحي لتحقيق الأهداف التسويقية السياحية بأعلى مستوى من الكفاءة وأقل تكلفة.
4. دعم تحرير القطاعات الخدمية المرتبطة بالسياحة، حيث ينعكس الأمر إيجابياً على تطوير السياحة، وعلى تحسين فرص استفادة الاقتصاد من نمو السياحة عبر تقليل التسربات.
5. التجاوب مع أطروحات حماية البيئة وتحقيق التنمية المستديمة من خلال قطاع السياحة، والتأكيد على احترام القيم الإنسانية والأخلاقية في مجال السياحة، ومراعاة السائح الأجنبي للعادات والتقاليد العربية، وحماية الأماكن الأثرية.
6. تخفيف شروط النفاذ إلى الأسواق، خاصة فيما يتعلق بالتواجد التجاري والاستثمار الأجنبي المباشر؛ لجذب المزيد من الاستثمارات، مع التمسّك بالقيود الخاصة بتوظيف العمالة المحلية في المشروعات السياحية.

7. التعاون بين الدول العربية والإسلامية والنامية؛ لتنسيق المواقف التفاوضية في القضايا التي تهمها، وأبرزها: التنمية المستديمة، ومناهضة احتكار خدمات السياحة والسفر، وتطبيق مدونة السلوك السياحي، والمكاتب في المدن، وتصنيف الخدمات السياحية في الأردن، والأماكن السياحية.
8. توعية رجال الأعمال والمستثمرين في الأنشطة السياحية بانعكاسات تحرير تجارة الخدمات السياحية، والتنسيق معهم لتحسين فرص نفاذ الخدمات السياحية الوطنية إلى الأسواق العالمية.

وعلى بالرغم من تمتّع الدول العربية بميزة نسبية من حيث جذب السّيّاح لا سيما من حيث المقومات السياحية (ثروات طبيعية مواقع السياحية الثقافية والحضارية)، وأسعارها المنخفضة، إلاّ أنَّ نصيبها من السياحة العالمية لا يزال أدنى بكثير من إمكانياتها؛ لأنَّ قطاع السياحة في الدول العربية لا يزال يواجه قيودًا كبيرة، منها قلة الاستثمارات في البنية التحتية والخدمات الأساسية، ونقص الكوادر البشرية المتخصصة والمؤهلة، والأهمّ من ذلك الافتقار إلى سياسة موجهة لتنمية السياحة وتسويقها.

وفيما يتعلّق بوضعية قطاع السياحة في الوطن العربي، فهو عرضة للتأثر بالتطورات السياسية السائدة في المنطقة، وخاصة عملية الأمن والسلام، وسيبقى غياب السلام الشامل عائقاً رئيساً أمام تنمية قطاع السياحة وتوسيعه في البلدان العربية، وتشكل ضعف البنية التحتية والخدمات الأساسية المتصلة بها عائقا آخر أمام سرعة نمو السياحة في المنطقة، وفي الوقت ذاته يُعدّ ظهور أسواق سياحية جديدة في جميع أنحاء العالم، وخاصة في جنوب آسيا وشرقها، مصدر المنافسة الحادة لأسواق السياحة في البلدان العربية (هاني، 2013).

وخلاصة القول، إنَّ السياحة تؤدّي إلى دفع عجلة التنمية في الدول العربية، وذلك لدورها الملموس في تحسين الناتج المحلي الإجمالي

وامتصاص البطالة، وبالنظر إلى واقع السياحة في الدول العربية، فإنّنا نجد أنَّ أفضل الدول السياحية العربية هي مصر والإمارات ولبنان والأردن.

السياحة في الأردن:

يتمتّع الأردن بمواصفات تجعله مقصدًا للسيّاح والزوّار من مختلف أنحاء العالم طوال السنة، خاصةً في ما يخصّ السياحة العلاجية، إذ يُعدّ الخامس في العالم في هذا المجال، ويتمتع الأردن بكنوز عديدة ومتنوعة من المواقع الأثرية والتاريخية والدينية والسياحية المهمة، بالإضافة إلى ما يمتاز به من مناخ معتدل ومتنوع وموقع جغرافي متوسط، ساعده على اجتذاب السياح من مختلف أنحاء العالم، وشهدت صناعة السياحة في الأردن تطوراً بالغاً نتج عنه زيادة الوعي والاهتمام المحليّ بالسياحة، وواكب هذا التطور تطوّر كبير في زيادة الاهتمام بالمنتج السياحي وتنوّعه، وتوفير المرافق والخدمات السياحية الكفيلة بتلبية احتياجات السياح (غنيم وسعد، 2000)

بدأ الاهتمام بالسياحة بشكل جديّ وفعّال وضمن الأطر الرسمية عندما أنشئت دائرة السياحة الأردنية العام 1953م وما لبثت أن تطوّرت ونشطت حتى تحولت إلى سلطة بموجب القانون (70) سنة (1968)، ومن اختصاصاتها كما أورد محاسيس (2016) الآتي:

1. المحافظة على المواقع السياحية وتطورها والعناية بالمعالم الأثرية بالتعاون مع دائرة الأثار العامة.
2. الإشراف على السياحية ومراقبتها وتنظيمها وتطويرها؛ لرفع مستوى الخدمات التي تقدّمها للسياح في المواقع السياحية.
3. العمل على توفير وسائل الراحة والترفيه للسيّاح، وتسهيل معاملاتهم بالتعاون مع الجهات المتخصصة والخدمات السياحية داخل المملكة وخارجها.

4. وضع برامج شاملة للدعاية السياحية وتنفيذها بالتعاون مع المؤسسات السياحية.

ومع ازدياد النشاط السياحي وزيادة عدد السياح في السبعينات، شهد هذا القطاع اهتماماً تخطيطياً، فخُصِّص له جانب في الخطط التنموية المتعاقبة، بوضع وصف مختصر لواقع الموارد السياحية، وبدأت تظهر أرقام ونسب عن مدى مساهمة قطاع السياحة في الناتج القومي الإجمالي، وكذلك عن العمالة السياحية الداخلية ومشكلات وأهداف قطاع السياحة، إلى جانب تقويم الخطط السياحية السابقة كجزء من الخطط القومية.

ونظراً لندرة المصادر المالية الداعمة للاقتصاد القومي في العقدين الماضيين، فقد توجّه الأردن وبشكل جديّ إلى زيادة الاهتمام والوعي بأهمية السياحة كنشاط اقتصادي، لا يقلّ شاناً عن قطاعات الزراعة والصناعة، وفي هذه المرحلة تأثّرت السياحة بشكل كبير بالزيادة الكمية والنوعية في الأسطول الجويّ لمؤسسة عالية، والتي توسَّع دورها التسويقي في مجال السياحة بشكل كبير، كما استفادت السياحة من رفع كفاءة ميناء العقبة، وإنشاء مطار العقبة، وافتتاح الخطّ البحري الذي يربط ميناء العقبة بميناء نويبع المصري، واستفادة السياحة من التطور الهائل الذي شهدته شبكة الطرق والزيادة الكبيرة في كم ونوع وسائل النقل البرية، وزيادة في السعة الفندقية وإنشاء الاستراحات وتطوير المواقع السياحية والأثرية، وازدياد أعداد مكاتب السياحة والسفر ومكاتب تأجير السيارات، ومتاجر التحف الشرقية، والفنادق بمختلف درجاتها، والزيادة في أعداد السياح (غنيم و سعد، 2000).

ويلاحظ من خلال الطبيعة الجغرافية للأردن أنَّ أرضه تتوزّع على ست بيئات طبيعية كبرى تتخللها بيئتان طبيعيتان هما: بيئة الحياة البرية، وبيئة المنكشفات الصخرية (التي تخلو من غطاء متصل من التربة والنبات)، ويمكن إيجاز هذه البيئات كما أوردها غرايبة (2012) كالآتي:

1. البيئة الغورية: وتشكّل ما نسبته 5.6% من مساحة الأردن، وهي الأرض المنخفضة التي تمتدّ من الباقورة شمالاً إلى العقبة جنوباً، وتشكّل في معظمها مشاتي الأردن، وفيها المعالم الجغرافية التالية:

أ - نهر الأردن (الشريعة): ويبلغ طوله 110 كم وبمحاذاته تقع سهول الزور، وإلى الشرق منه سهل الغور الذي يشكّل سلة الغذاء الأردنية من الخضار والفواكه، وفي الجزء الجنوبي منه يوجد المغطس في منطقة واد الخرار، وهناك وقف السيد المسيح عليه السلام بين يدي النبي يحيى لكي يتعمد بالماء، ويعلن من خلال هذا المكان بداية رسالته للبشرية.

ب- البحر الميت: وهو أخفض بقعة في العالم، ويبلغ طوله 70 كم، وعرضه (10-16) كم، ويتعرض البحر الميت حاليًا إلى عملية تآكل وانحسار سريعة، ويمتاز بارتفاع ملوحته، حيث تصل إلى 33%، وهو من أشهر المواقع في السياحة العلاجية وفي سياحة المشاتي، حيث توجد على ساحله الشرقي بنية سياحية متقدمة تخدم هذين الاتجاهين.

ج- وادي عربة: ويصل طوله إلى 150 كم ويصل بين البحر الميت والبحر الأحمر.

2. البيئة الشفا غورية: وهي الأراضي الواقعة بين الغور غرباً والجبال شرقاً، ويتراوح ارتفاعها من سطح البحر بارتفاع 600 متر تقريباً فوق سطح البحر، وهي بيئة تمتلك الخصائص الطبيعية للغور والجبل معاً، ويوجد فيها عشرات من المواقع الأثرية، مثل أم قيس وطبقة فحل وكركمة والسبيرة وهنيدة وهجيجة وفقارس وقافصة وعمتا (المواقع السبعة الأخيرة تقع على أطراف جبال عجلون الغربية).

3. البيئة الجبلية وتشكّل ما نسبته 5.8% من مساحة المملكة، وتقع في هذه المنطقة معظم المدن الأردنية (إربد وعجلون وجرش والسلط وعمان

والكرك والطفيلة والشوبك)، وتنقسم هذه الجبال إلى وحدات تضاريسية تتفاوت في ارتفاعاتها وتشكّل في مجملها مصايف الأردن، ومن أهم الجبال: جبال إربد وعجلون (أعلى قممها جبل أم الدرج 1247 متراً)، والبلقاء (أعلى قممها جبل يوشع 1097 متراً)، ومؤاب والشراة (أعلى قممها جبل باقر 1952 متراً).

4. بيئة السهول (الداخلية): وهي امتداد للمرتفعات، كما أنّها سهول هضبية تقريباً، وتشكل ما نسبته 11% من مساحة المملكة، وتتواجد في ثلاثة مناطق:

أ . السهول الشمالية حول مدن إربد والمفرق والرمثا وجرش وبيت راس والحصن.

ب. سهول الوسط وتمتدّ حول عمان والزرقاء ومأدبا .

د . السهول الجنوبية وتمتدّ حول مدينة الكرك والربة، وهناك جيوب سهلية تتخلل المناطق الجبلية مثل منطقة الديسة.

5. بيئة البادية (الصحراء): وتشكّل ما نسبته 77.4% من المساحة العامة للمملكة، وتخلو من وجود تجمعات سكانية رئيسة، وتنتشر فيها العديد من الواحات والمحميات مثل الرويشد والصفاوي والجفر والأزرق ومحمية الشومري .

6. بيئة الشواطئ (خليج العقبة): وهي امتداد طبيعي للبحر الأحمر، حيث توجد مدينة العقبة السياحية وهي الميناء الأردني الوحيد، وتمتاز بتنوع الكائنات البحرية فيها من أسماك وشعب مرجانية، وتمتاز بتنوع الرياضات السياحية مثل الغوص والغطس.

أنواع السياحة في الأردن:

تتعدّد أنواع السياحة في الأردن، وذلك بسبب توافر الأماكن الدينية والمواقع الأثرية والمشاتي والمصايف والينابيع الطبيعية والغابات والصحارى

والشواطئ، ويمكن إجمال أنواع السياحة في الأردن في النقاط التالية، كما أوردها كل من (الحموري، 2017؛ الرشيد، 2014):

السياحة الثقافية:

تهدف هذه السياحة الى زيادة المعرفة لدى الأشخاص من خلال تشجيع حاجاتهم الثقافية للتعرف على الدول والمناطق غير المعروفة لهم، وهي مرتبطة بالتعرف على المعالم المصنفة والمواقع الأثرية والشعوب وعاداتها وتقاليدها، وكذلك التعرف على الصناعات التقليدية والتظاهرات الثقافية المختلفة، حيث إنَّهما تلعبان دوراً كبيراً في ترقية السياحة، فالصناعات التقليدية تتنوع من منطقة لأخرى (يعقوب، 2020).

وتُعدّ السياحة الثقافية رافداً أساسيّاً للدولة، وداعماً أساسيّاً لاقتصادها، فمن خلالها يمكننا التعرف على هوية الدولة ومناطقها الأثرية، وتاريخ تلك المناطق وأهميتها، وعادات وتقاليد تلك المناطق. ويُمكننا أيضاً التعرّف على ما يتميز به سكان تلك المناطق الأثرية من أعمال وحرف خاصة بهم، وثقافة كلّ منطقة.

وتشمل زيارة المواقع الأثرية للاطلاع عليها ومعرفة حضارات وتقاليد الشعوب التي عاشت في المنطقة خلال العصور الغابرة، وهناك الآلاف من المواقع التاريخية والأثرية في الأردن، ومن أهمّها مدينتا البتراء وجرش، وقلعة الكرك، وعجلون، وأم قيس والمدرج الروماني وكهف الرقيم، الذي حدثت فيه قصة أصحاب الكهف التي ورد ذكرها في القرآن الكريم.

السياحة الدينية:

وهي تعني انتقال السائحين من أماكن إقامتهم إلى مناطق أخرى بهدف القيام بزيارات ورحلات دينية داخل أو خارج الدولة لفترة من الوقت، والأساس فيها تلبية نداء إشباع العاطفة الدينية وأداء واجب الدِّين، كما

تشمل زيارة الآثار والمعالم الدينية للتبرُّك بها والاستشفاء الروحي والنفسي (عبد الله، 2017).

لا تقلُّ السياحة الدينية أهمية عن السياحة الثقافية، فهي مصدر أساسي للدولة ولشعوبها لإشباع رغباتهم الدينية، وأداء واجبهم المقدس، سواء أكان داخل أم خارج الدولة، وذلك بزيارة الأماكن الدينية، وتُعتبر السياحة الدينية من أهمّ أنواع السياحة في الأردن منذ القدم؛ وذلك نظراً للموقع المتميز الذي تحظى به بين مكة والقدس المدينة المقدسة لدى الديانات السماوية الثلاث، حيث ورد ذكر العديد من الأنبياء الذين ارتبط تاريخيهم بالأردن، ومن أهمِّ المواقع الدينية في الأردن: مسجد الملك عبد الله الأول، ومسجد الملك حسين بن طلال، الجامع الحسيني الكبير، مقامات وأضرحة الأنبياء والصحابة، مثل ضريح النبي أيوب ومقام النبي شعيب، موقع أهل الكهف الواقع في الجنوب الشرقي في عمان، ومقام الصحابة جعفر بن أبي طالب وعبد الله بن رواحة وزيد بن حارثة وأبو عبيدة بن الجراح، وشرحبيل بن حسنة وضرار بن الأزور رضي الله عنهم.

سياحة الاصطياف:

وهي سياحة موسميّة تعتمد على موسم الصيف وتتجه لأماكن تتميز باعتدال الجو وانتعاشه في فصل الصيف.

ولأنَّ تنوّع المناخ في مناطق الأردن نعمة من الله تعالى، فكثير من السياح يفدون إلى الأردن لقضاء عطلة الصيف في أجوائه الخلّابة، مثل أحراج وجبال عجلون ودبِّين، كما أنَّ الجوّ في العاصمة لطيف ومنعش، خصوصاً في المناطق الجبلية، حيث تتوافر الحدائق والمتنزهات.

السياحة الشتوية:

وتُعتبر السياحة الشتوية من أنواع السياحة الموسمية، أي التي تعتمد

على موسم معين، مثل سياحة الاصطياف، ولكنَّها على النقيض تماماً، تعتمد على موسم الشتاء، وتهدف للجوء إلى أماكن الدفء الطبيعي، وهناك أماكن مميزة في الأردن للسياحة الشتوية، مثل: مناطق الأغوار والبحر الميت والعقبة.

السياحة الرياضية:

وهي تعني السفر من مكان إلى آخر داخل الدولة وغيرها، من أجل المشاركة في بعض الدورات والبطولات، أو من أجل الاستمتاع بالأنشطة الرياضية المختلفة والاستمتاع بمشاهدتها. (أبو شهاب، 2020)، وهي النوع الأكثر شيوعاً عند فئة الشباب والشابات، فهي تُعَدّ مصدراً هاماً لتقوية قدرات الشباب البدنية والعقلية، من خلال مشاركاتهم في البطولات والدورات والألعاب الرياضية المتنوعة، أو المشاركة بحضور تلك البطولات للاستزادة من معرفتهم لأهمّ البطولات العالمية وطرق تقييمها وزيادة خبراتهم، ويمارس السياح أنواعاً كثيرة من رياضاتهم المحببة، مثل التزلج على الماء والسباحة وصيد السمك والصيد البري، وخاصة في مناطق العقبة ووادي رم والأزرق.

سياحة المغامرات:

هي نمط السياحة الذي يغطّي عنصرين على الأقل من ثلاثة عناصر، نشاط بدني واستمتاع بالبيئة وخوض تجربة ثقافية محليّة، مثل أنشطة (المسير، المسير مع مبيت، الوديان، الكهوف، ركوب الدراجات الهوائية، صعود الجبال والتسلق الصخري)، وغيرها.

وتوسّعت سياحة المغامرات والتشويق بشكل كبير في المملكة الأردنية، وقد ساعدت طبيعة الأراضي والتضاريس المتنوعة من تنوع أشكال تلك السياحة، والتي تتمثل في التجديف وركوب الأمواج والصيد وسباق

القوارب، وتسلّق الجبال والغطس، ومن أهمّ الأماكن التي تقدّم أشكالاً من سياحة المغامرات في الأردن: وادي الموجب، وادي رم، العقبة، محمية ضانا، البحر الميت، وادي المنشية الكرك، وادي عربة، وادي الهيدان، درب الأردن.

السياحة التاريخية والتراثية:

تُعدّ الأردن متحفًا كبيراً مفتوحاً يحوي العديد من الآثار والمواقع التاريخية والتراثية التي شهدت على تعاقب الحضارات التي مرّ بها الأردن والشرق الأوسط بأكمله، ومن أهمّ الأماكن التاريخية والقصور والآثار في الأردن: البتراء، آثار جرش، أم قيس، مأدبا، الكرك، عجلون، قصر عمرة، أم الرصاص، قلعة الشوبك، قصور العبد، المشتى، الحلابات، الحرانة، البرقع وغيرها.

السياحة العلاجية:

يُعدّ الأردن واحداً من البلاد التي يختلط فيها الاستشفاء من أمراض الجسد مع الترويح عن النفس، وذلك بفضل نعمة كبيرة أنعم الله تعالى بها على الأرض الأردنية، حيث تتوافر كلّ مقومات العلاج الطبيعي من مياه حارة غنية بالأملاح، إلى طين بركاني، إلى طقس معتدل وطبيعة خلابة، الأمر الذي جعلها منتجعات علاجية يؤمّها الكثير من طالبي الاستشفاء من الأمراض المختلفة، ومن أهمّ هذه المنتجعات العلاجية، البحر الميت، حمامات عفراء، حمامات ماعين، منطقة الحمة الأردنية.

وفي العاصمة عمان تكثر المستشفيات المتخصصة في معالجة السرطان، وأمراض القلب، وأمراض العيون، والعقم، وطب الأسرة، وغير ذلك من التخصصات الطبية، وتُعدّ مدينة الحسين الطبية من أهمّ المراكز الطبية في المنطقة والعالم، ولها سمعة طبيّة كبقية المراكز الطبية العالمية.

السياحة الافتراضية (الذكية):

وتُعدّ من أحدث أنواع السياحة في العالم، التي تمّ استحداثها استجابة لتداعيات جائحة كورونا، وما نجم عنها من أضرار جسيمة أدّت إلى شلل في الحركة السياحية، فقد أصبحت القيود مفروضة على السفر، وتمّ إلغاء الرحلات والحدّ من تواترها، ممّا نتج عنه لجوء مختلف دول العالم إلى السياحة الافتراضية للبحث عن بديل للسياحة التقليدية، ومحاولة التكيف مع المتغيرات والمتطلبات الجديدة في ظلّ جائحة كورونا (COVID-19).

وتُعرف السياحة الافتراضية بأنّها: تجربة سياحية في بيئة إلكترونية كبديل عن التجربة الفعلية أو الرحلة المادية، يسمح هذا النوع من السياحة بالسفر إلى الأماكن عبر تقنيات جديدة خالية من القيود المعتمدة على الوقت والمسافة والتكلفة والضعف البشري. (بركنو، 2019)

ويمكن التمييز بين السياحة التقليدية والافتراضية عبر عدة عوامل موضحة في جدول رقم (1):

جدول 1 : عوامل التميز بين السياحة التقليدية والافتراضية

السياحة التقليدية	السياحة الافتراضية
الانتقال الحقيقي من محلّ الإقامة الحقيقي إلى أماكن القصد السياحيّ.	الانتقال الافتراضي إلى أماكن القصد السياحي فكراً وليس جسداً.
تحتاج إلى المال.	تكاليفها محدودة جدّاً.
تشترط وجود وقت فراغ لممارستها. تعتمد على العنصر الطبيعيّ والبشريّ في توفير خدماتها.	يمكن ممارستها في أي وقت. تعتمد على التكنولوجيا والتقنيات الحديثة في تقديم خدماتها.

تعتمد على الموسمية في أغلب أنواعها.	لا تعتمد على الموسمية.
تأثيرها مباشر في الدخل القومي.	تأثيرها محدود في الدخل القومي.
توفّر فرص عمل للكثير من التخصصات الفنيّة والحرفية.	توفر فرص عمل لتخصصات معينة لها علاقة بالتكنولوجيا والعلاقات الحديثة.

المصدر: (صليحة، شارفي، وفوقة، 2020)

تأثّرت الأردن كما الحال في بقية دول العالم بوباء كورونا منذ الشهر الثالث من عام 2020 وتوقّفت الحركة السياحية بشكل كامل في كافة أطراف صناعة السياحة في الأردن، فبدأ التفكير بإحلال السياحة الداخلية وتنميتها كبديل للسياحة الدولية القادمة للأردن للتخفيف من حدّة الأزمة.

خاصة أنَّ إنفاق الأردنيين وصل إلى مليار دينار أردني على السياحة خارج البلاد لعام 2019، فتمّ إطلاق برنامج «أردننا جنّة»، و«أردننا بخير». لكن بقي قطاع السياحة أكبر المُتضرّرين وآخر المُتعافين من أزمة فايروس كورونا التي نمُرّ بها الآن، حيث أظهرت لنا الإحصاءات الحكومية الدور السلبي للجائحة على القطاع وكانت محليّاً وعالميّاً كالتالي:

- انخفاض الدخل السياحي بنسبة 37 %، في الثلث الأول لهذا العام، وحتى نهاية تشرين الثاني من هذا العام خسر الأردن 4 مليون زائر، و3 مليار من الدخل المُتأتي من القطاع السياحي.

- بلغ مجموع الدخل السياحي في الأردن حوالي 819 مليون دينار حتى نهاية شهر تموز لهذا العام، بينما بلغ 2.3 مليار دينار لنفس الفترة من العام الماضي 2019، بنسبة تراجع بلغت 53%، وتراجع إنفاق الأردنيين على السفر

مع جائحة كورونا حيث بلغ حتى نهاية تموز لهذا العام حوالي 67 مليون دينار فقط، بينما بلغ إنفاق الأردنيين على السفر حوالي 820 مليون دينار لنفس الفترة لعام 2019.

– انخفضت أعداد المسافرين إلى 74 % وخسر 46 % من العاملين بالقطاع السياحي وظائفهم، وانخفضت نسبة الإشغال في فنادق مدينة العقبة والبتراء والبحر الميت إلى أدنى مستوياتها، مقارنة بالأعوام السابقة، حيث وصلت إلى أقل من 20 %، وأكّد البنك المركزيّ الأردني، تراجع حجم الدخل السياحي في الأردن، بنسبة 7.63 % في أول 7 شهور من عام 2020، لتسجّل 819 مليون دينار، وأضاف أنَّ إنفاق الأردنيين على السفر، تراجع بنسبة 67 % في عام 2020.

السياحة العسكرية في الأردن:

تُعَدّ السياحة العسكرية من الأنماط السياحية الجديدة على المستوى الدولي، ويشكّل هذا النوع من السياحة اتجاهاً معاصراً في الدراسات الحديثة في صناعة السياحة على المستوى الدولي، فقد استطاعت عدد من الدول في العالم خلق قصص نجاح في تطوير هذا النوع من السياحة، كما الحال في عدد من الدول الأوروبية، التي قامت بتطوير العديد من المسارات السياحية في أماكن انتشار أحداث الحرب العالمية الأولى والثانية، واستطاعت هذه الدول تحقيق مكاسب تنموية كبيرة أسهمت في تنويع منتجها السياحي، واستقطاب المزيد من الحركة السياحية إليها.

تمتلك السياحة العسكرية كافة مقومات النجاح في الأردن، التي تتمثل برعاية جلالة الملك عبد الله الثاني حفظه الله ورعاه، إضافة إلى توفر الأمن والاستقرار كأهمّ العناصر الجاذبة للحركة السياحية، كما أنَّ مقومات العرض السياحي متوفرة في الأردن، وتتمثّل في تطوير المسارات العسكرية للثورة العربية الكبرى، التي أسهمت في تأسيس حركة النهضة في الإقليم

العـربي، وسـاهمت في تأسـيس الأردن الحـديث، وكـذلك مسـارات حـرب الكرامة، واحتواء الموقع على النُصُب التذكاري للجندي الأردني الموجود في الشـونة الجنوبيـة جنوب قـرية الكرامـة، حـيث وقعت معـركة الكرامة عـام 1968، خاصـة أنَّها تتواجـد في بيئـات سـياحيـة جاذبة في مناطق الأغوار الأردنية ومحمية رم الطبيعية.

إضـافـة إلى توفـر المتـاحف العـسكرية فـي الأردن على غـرار مـتـحف الدبابات الملكي الأردني، ومتحف صرح الشهيد، والمتحف العسكري الغارق في مياه خليج العقبة، وتمثّل تلك المواقع العسكرية مصدرًا رئيسيًا للتاريخ العسكري لتلك المعارك؛ لأنَّها تحكي الحكاية كما حدثت.

تتمثّل الأهمية الاقتصـادية للسياحـة العسكرية في الأردن فـي كونها مصدراً متجدداً ومستديماً للمنتج السياحي الأردني، تُسهم في النهوض بالمواقع التي انتشـرت على أرضـها الأحـداث العسكرية، إلى جـانب كونهـا مصدراً مهمّاً للذاكرة الوطنية ومصدراً للعملات الصعبة وتشغيل الأيدي العاملة والقضاء على البطالة، من خلال توفيـر فـرص عـمل للأردنيين، إضافة إلى تنشيط الحركة الاقتصادية من خلال دور جلالة الملك عبد الله الثـاني في إقـامـة المعـارض العسكرية، كمـا الحـال فـي مـعـرض ومـؤتمر سـوفكس، الذي يُعتبر المعرضَ العسكريَّ الدوليَّ الأكبـر في العالم والـوحيد في المنطقة المتخصص في مجال معدات العمليات الخاصة والأمن القومي.

تُقام أعمل وفعاليات معرض معدّات العمليات الخاصة «سـوفكس» (SOFEX) في قاعدة الملك عبد الله الأول الجوية في عمّان، مرةً كل عامين منذ عام 1996، تحت الرعاية الملكية السامية لجلالة الملك عبد الله الثاني، الذي يُسلّط الضوء على جميع مستلزمات العمليّات الخاصّة والأجهزة الأمنيّة وقوات حفظ السلام، ومجالات التدريب والتنظيم المتعلّقة بها .



الشكل 1: شعار معرض ومؤتمر سوفكس

يُعَدّ المعـرض ملتقى يجـمع أكبـر منتجـي ومطوّري المعدّات الدفاعـيّة في العـالم مع كبـار القـادة العـسكريين وصنّاع القـرار وممثّلي الحكومـات؛ بهـدف تقديم فـرص التعـاون والاطّلاع على آخـر الحلول وأحـدث المعدات لدعم قوات الأمن في مهـامهـا في حـفظ أمن البـلاد وتعـزيزه، وتجـري فيـه عـدّة مناورات وعـروض عـسكريّة بالطـائرات، لقـد اسـتـقـبل المعـرض في دورته الثـانيـة عشـر(2018) أكثـر من 350 شـركة من 35 دولة، حيث يوفّر لهـا الفـرصة لعـرض أحدث ابتكاراتـهم، وتشـارك القوّات المُسلّحـة الأردنية والشـركات المحليّـة المعنيّة بالصنـاعـات العـسكريّة فـي هـذا المعـرض، حـيث يُعـتبـر مـركز الملك عبـد الله الثـاني للتصـميم والتطوير من المراكز المتقـدّمة في هذا المجـال، إذ يُصنّع بعض المركبات والمُدرّعات والمُعدّات، ويقوم أيضًا بتعديل أو تصفيح البعض الآخر.

يحتـوي المعرض على مرافـق وتجهيـزات متطـورة بمـا فيـهـا (75) ألف متر مربع من مسـاحـات العرض الداخلية والخـارجية، و(6) قاعـات عرض، و(10) شـاليهـات خاصـة، ومركـز إعـلاميّ متقدّم، إلى جـانب مرافـق متنقلة للعـرض وتجـربة أسلحة الرماية.

لذا تُعدّ السياحة العسكرية في الأردن نمطاً سياحياً جديداً وواعداً، تمتلك الأردن كافة أشكال البنية التحتية والفوقية لتطوير هذا المنتج السياحي الجديد، ممّا يستدعي المزيد من الاهتمام والتنسيق بين كافة أطراف صناعة السياحة في الأردن؛ لوضع هذا النمط السياحي الجديد على الخارطة السياحية المحلية والدولية.

تأسّس متحف الدبابات الملكيّ بإرادة ملكية سامية عام 2007؛ بهدف الحفاظ على الدبابات والآليات والمدرعات التابعة للقوات المسلحة الأردنية - الجيش العربي - أو التي تمثّل التراث العسكري العالمي، وعرضها للزوّار، يضمّ المتحف الذي افتتحه جلالة الملك عبد الله الثاني يوم 29 كانون الثاني 2017، أكثر من 110 من الدبابات والآليات والمدرَّعات، التي كان لبعضها دورٌ في معارك الحقّ والبطولة التي خاضتها القوات المسلحة الأردنية - الجيش العربيّ، وهو يشتمل على مقتنيات أصلية وأخرى تمّ ترميمها تَعرِضُ تاريخَ الدبابات والآليّات والمدرّعات منذ عام 1915 وتطوُّر صناعتها.

أقيم المتحف الذي يُعَدّ من أهمّ متاحف الدبابات في العالم والأول من نوعه في المنطقة، في حدائق الملك عبد الله الثاني بمنطقة المقابلين في العاصمة عمّان، حيث يعرض عدداً من الآليات العسكرية القديمة الخارجة من الخدمة والتابعة للقوات المسلحة الأردنية - الجيش العربيّ، وكذلك آليّات قدّمتها دول عربية وصديقة للأردن كهدايا أو في إطار برامج التبادل العسكري.

يضمّ المتحف قاعات متخصصة تروي أحداثاً حاسمة من تاريخ الأردن والمنطقة والعالم، وهي مقسَّمة وفقاً للترتيب الزمني، وتحمل أسماء: الثورة العربية الكبرى، والحرب العالمية الأولى، والحرب العالمية الثانية، والجيش العربي، والقدس 1948، والسلاح المدرع المستخدم في القوات المسلحة الأردنية - الجيش العربي خلال الفترة 1942 - 1967، ومعركة الكرامة، إضافة إلى قاعة الملك عبد الله الثاني التي تضمّ آليّات تَدرَّب عليها جلالته

خلال خدمته العسكرية، والقاعة الدولية، وقاعة خاصة بمركز الملك عبد الله الثاني للتصميم والتطوير (كادبي) تضمّ آليّات ومعدات صُنعت وطُوِّرت في المركز.

يشتمل المتحف على مكتبة، ومركز للبحوث، وقاعات محاضرات، وقاعة أرشيف، ومتجر للهدايا، وقاعة للنشاطات، ومضمار قيادة الدبابات، وركن للألعاب الإلكترونية العسكرية، وهو يوفّر تجربة تثقيفية وترفيهية للزوار باستخدام أحدث التقنيات المرئية والمسموعة.



الشكل 2: متحف الدبابات الملكيّ والذي افتتح بإرادة ملكية سامية عام 2007

تُعَدّ العقبة جوهرة البحر الأحمر ومحور اهتمام جلالة الملك عبد الله بن الحسين، فجوانب الاهتمام الملكيّ بالعقبة في كافة النواحي، ومن أهمّها إنشاء المتحف العسكري الغارق في مياه خليج العقبة عام 2019، الذي يُعَدّ الأول من نوعه على المستوى الإقليمي، يحتوي المتحف العسكري على العديد من الآليات العسكرية والقطع الحربية التي تمّ إغراقها بشكل يستهوي السياح للقدوم والاطلاع على تجارب سياحية جديدة تسهم في تنويع المنتج السياحي الأردني.

سياحة المؤتمرات والمعارض:

هي الأنشطة السياحية المصاحبة لحدوث المؤتمرات والمعارض العالميّة، وتكون في العواصم المختلفة حول العالم، والجدير بالذكر أنَّ منطقتي العقبة والبحر الميت قد احتضنتا العديد من المؤتمرات والمعارض الإقليمية والدولية التي تضمَّنت أنشطة سياسية وعسكرية واقتصادية وثقافية هامة على الساحة الدولية. يجب أن يتمَّ استثمار سياحة المعارض والمؤتمرات؛ لكونها مصدر دخل جيد لاقتصاد الدولة، فسائح المعارض والمؤتمرات ينفق 8 أضعاف السائح العادي، إضافة إلى أنَّ هذا النوع من السياحة يوفِّر فرص عمل للكثيرين.(أبو بشير، 2017)

ووفقاً لأحدث التصنيفات التي أطلقتها ICCA، فقد صنّفت المملكة الأردنية الهاشمية في المرتبة الثانية ضمن دول الشرق الأوسط مسبوقة بدولة الإمارات العربية المتحدة، فقد حازت المملكة على المرتبة الرابعة في التصنيفات على مستوى الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وذلك بحساب نسبة الأردن من مجموع المؤتمرات التي أقامتها الجمعيات الدولية خلال العام 2018.

وقد شهدت العاصمة عمّان أسرع معدل نمو لقطاع سياحة المؤتمرات ضمن مدن الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، حيث انتقلت من استضافة محدودة لثلاثة مؤتمرات في 2014 إلى استضافة 19 مؤتمراً دولياً في العام 2018 (بترا، 2019).

وبفضل جلالة الملك أصبحت الأردن خلال هذه الفترة محجّاً للمؤتمرات الدولية، حيث تطوّرت سياحة المؤتمرات في الأردن، وتحديداً في البحر الميت بشكل ملحوظ خلال الآونة الأخيرة، خاصة بعد توقيع اتفاقية وادي عربة عام 1994، إذ بلغ عدد المؤتمرات التي عقدت في الأردن عام 1996 قرابة 59 مؤتمراً دولياً، ثم انخفض في عام 2001 إلى 40 مؤتمراً دوليّاً؛ بسبب الأحداث السياسية العالمية والمحلية، التي أثَّرت على الأردن،

ثم ارتفع عــدد المؤتمرات في عــام 2008 إلى 65 مــؤتمراً دوليــاً بســبب الاستقرار النسبي في العالم.

إضافة إلى تطوّر صناعة سياحة المؤتمرات، قام الأردن بتأسيس شركة البحر الميت للمؤتمرات والمعارض في عام 2003 بمشاركة مجموعة من المستثمرين الأردنيين والعرب، فكانت باكورة مشاريع هذه الشركة هو إنشاء مركز الملك الحسين بن طلال للمؤتمرات لاستضافة أهمّ الفعاليّات والمؤتمرات الإقليمية والعالمية، كما يُقام كلّ عامين في الأردن منذ عام 1996 معرض ومؤتمر دولي يدعى سوفكس، الذي يُسلِّط الضوء على جميع مستلزمات العمليات الخاصة والأجهزة الأمنية وقوات حفظ السلام، ومجالات التدريب والتنظيم المتعلقة بها.

تتركّز معظم سياحة المؤتمرات في الأردن في مواقع جغرافية محددة في عمان والعقبة والبحر الميت والبتراء، كما يتضح في الشكل (3)، ممّا يؤدّي إلى حرمان المواقع الأخرى من المنفعة المحققة من عقد هذه المؤتمرات، لذلك يجب العمل على توزيع هذه المؤتمرات على مواقع أخرى في الأردن؛ بهدف زيادة النشاط السياحي للدولة بوجه عام، والقضاء على ظاهرة الموسمية في العديد من المواقع السياحية، ويجب العمل على ألاّ تحتكر العاصمة الأغلبية العظمى من المؤتمرات، ما دامت تتوفر قاعات المؤتمرات خارج العاصمة، ومن خلال الاطّلاع على دليل سياحة المؤتمرات في الأردن، الذي أطلقته هيئة تنشيط السياحة عام 2018، ظهر التركيز على مناطق جغرافية محددة في تشجيع سياحة المؤتمرات، وهي: عمان والعقبة والبتراء والبحر الميت، ويحتوي الدليل على كافة الوسائل الداعمة لصناعة المؤتمرات في الأردن . (بظاظو 2021)



الشكل 3: العوامل المؤثرة على التوزيع الجغرافي لسياحة المؤتمرات في الأردن



الشكل 4: أنماط صناعة السياحة في الأردن

أبرز المدن السياحية في الأردن

تُعدّ مدينة العقبة مَعْلماً سياحياً بارزاً في منطقة الشرق الأوسط، ومحطّ أنظار السياحة الداخلية والخارجية؛ لسهولة الوصول إليها برّاً وبحراً وجواً، وممّا ساعد على تنشيط السياحة في هذه المحافظة وجود المرافق السياحية التي يحتاج إليها السائح، وقد ساهم وجود اتحادات رياضات الغوص والتزلج، ورياضة الشراع والزوارق في تنشيط السياحة البحرية في مياه خليج العقبة، وأنَّه يوجد في العقبة مقرّ للاتحاد العربيّ للغوص، وتركّز الاهتمام في التنمية السياحية على منطقة رم وتوفير البنية التحتية والخدمات للمواطنين، وكذلك توفير الخدمات للسيّاح والزوّار القادمين إلى وادي رم.

حيث شهدت المنطقة تزايداً كبيراً في أعداد السياح في السنوات الماضية، وأصبحت منطقة جذب سياحي، إضافة لذلك تجري دائرة الآثار العامة إجراء حفريات في مختلف أنحاء المحافظة بترميم الآثار وصيانتها والمحافظة عليها، وتأهيلها لاستقبال السياح، حيث يوجد في المحافظة (10) مواقع أثرية وسياحية، وهي (مدينة أيلة الإسلامية، الكنيسة البيزنطية، قلعة العقبة، منزل ومتحف قصر الشريف الحسين بن علي، تل الخليفة، تل المقص، حجيرة الغزلان، محطة العلوم البحرية، وادي رم، الحميمة)، وتُعدّ مدينة العقبة من المدن السياحية الجاذبة للسياحة المحلية والعربية والأجنبية؛ وذلك نظراً لتوفر البنية التحتية المؤهلة لاستقطاب السياح، كما ورد في (البرنامج التنموي لمحافظة العقبة، 2015):

1. سلسلة من الفنادق العالمية من فئة خمس نجوم مجهّزة بكل المرافق والخدمات ذات الجودة العالية والمواصفات الدولية.
2. سهولة الوصول إليها لوجود بنية تحتية مؤهلة للنقل لوجود مطار الملك حسين الدولي، الذي يبعد (20) دقيقة بالسيارة عن وسط المدينة، وجود الحافلات الحديثة المجهزة والمكيفة، والتي تنظّم

كذلك رحلات يومية منتظمة ما بين عمان والعقبة، كما يمكن الوصول إليها بالسيارات الخاصة والعمومية عبر الطريق الصحراوي، حيث تستغرق الرحلة ما بين (3 – 4) ساعات للوصول إلى العقبة عمان.

3. بيئة مثالية لنمو المرجان وأنواع مختلفة متعددة من الحياة البحرية، حيث الدلافين الودودة وسلاحف البحر تعيش وسط أسراب كثيفة من الأسماك الملونة النادرة، علاوة على الكائنات البحرية الليلية كالسلطعون والكركند والقريدس.
4. تقع مدينة العقبة بالقرب من أهمّ المواقع السياحية والأثرية في الأردن، وهي وادي رم والبتراء.
5. خليج العقبة من أفضل المواقع العالمية لممارسة رياضة السباحة والغوص العميق، ففي العقبة مراكز غوص عديدة، تتوفر فيها أجهزة غطس عالية الجودة إلى جانب وجود مدربين محترفين.
6. وجود أماكن التسوق تقدّم خيارات واسعة من السلع المحلية والتذكارات، كالحلي اليدوية والزجاجات الرملية الملونة، وقطع الزينة والفخاريات المصنوعة يدوياً.
7. اعتماد العقبة مقرّاً للمعارض الدولية (مثل: سوفكس المعرض العسكري الدولي)، والمؤتمرات الدولية (مثل: المؤتمر الدولي الثامن للتأمين 2021، المؤتمر العالمي للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات 2011، مؤتمر إيكاو لخدمات الطيران الدولي 2019). (الرواشدة، 2019؛ القطامين، 2011).

وفي وادي رم بين الحلم والحقيقة، يقضي السائح أوقاته في وادي رم، الذي يسمّى أيضًا وادي القمر؛ نظراً لتشابه تضاريسه مع تضاريس القمر، وبين الجبال الشاهقة التي تنتصبّ في المنطقة يستطيع الزائر أن يلمس صفاء الطبيعة في الصحراء العربية، وخاصة في فصل الربيع، وتبعد

منطقة وادي رم قرابة 40 كم عن مدينة العقبة، وفيها أعلى القمم الجبلية في جنوب بلاد الشام، وتُعدّ جبال رم تحدّياً ممتعًا لهواة التسلق، ويستطيع الزائرون السير في دروب الوادي، والتوغل بعيدًا في مساربه الفسيحة، أو القيام برحلات جماعية على ظهور الجمال، والتخييم في الوادي، في مخيم خاص مزود بكل ما يلزم للمبيت المريح، وتستهوي الزائر الرحلات بسيارات الدفع الرباعي، وتقام في هذه المنطقة عروض للبالونات والمناطيد، تزخرف السماء بألوانها الزاهية (الحموري، 2017).

ومن الأماكن الدينية المشهورة في الأردن، أرض أدوم، ومؤاب، وعمون، وجلعاد، وبها الكثير من الأضرحة والأماكن المقدسة الإسلامية والمسيحية، وإلى هذه الأرض يفد الباحثون عن مواقع وآثار للأنبياء وللصحابة. كان الأردن باب الفتوحات الإسلامية، وعلى الأرض الأردنية دارت بعض المعارك التاريخية الكبرى، ومن أهمّها مؤتة، واليرموك، وفحل.

ولتخليد ذكرى الشهداء والصحابة، أقيمت المساجد والأضرحة والمقامات، التي تُبقي الانتصارات الإسلامية حيّةً في الذهن المعاصر، ففي مؤتة يوجد ضريح جعفر بن أبي طالب، ومقام زيد بن حارثة، وعبد الله بن رواحة رضي الله عنهم.

أما وادي الأردن فيحتضن عدداً من مقامات الصحابة الأجلاء، ومنها: مقام ضرار بن الأزور، ومقام (أبو عبيدة) عامر بن الجراح، ومقام شرحبيل بن حسنة، ومقام معاذ بن جبل، ومقام عامر بن أبي وقاص. وفي وسط الأردن، قرب مدينة السلط يقع مقام النبي أيوب في قرية (بطنا)، كما يوجد مقام النبي شعيب في منطقة وادي شعيب القريبة من السلط. ولعل كهف (أهل الكهف) الواقع إلى الجنوب الشرقي من عمان، من أهمّ المواقع الجاذبة للزائرين، فقد ذكرت وقائع قصة أهل الكهف في القرآن الكريم، إضافة إلى أنَّها معروفة في التاريخ المسيحي.

وعلى الأرض الأردنية تقع الكثير من الأماكن المقدسة للديانة المسيحية،

ففي مدينة مأدبا الواقعة جنوبي عمان، توجد أرضية الفسيفساء النادرة التي تعود إلى العهد البيزنطي في كنيسة الروم الأرثوذوكس، وفيها يستطيع الزائر أن يشاهد أقدم خريطة للأرض المقدسة (الرشيد، 2014).

وإلى الجنوب من مأدبا تقع قلعة مكاور التي سجن فيها النبي يحيى عليه السلام، ثم قطع هيرودوس رأسه وقدّمه على طبق هدية للراقصة سالومي، أمّا إلى الغرب من مأدبا، فيقع جبل «نبّو» المُطلّ على البحر الميت ووادي الأردن، وهناك من يعتقد أنَّ النبي موسى عليه السلام دفن في هذا الجبل الذي أقيم على قمته بناء لحماية لوحات الفسيفساء الرائعة التي تعود إلى القرنين الرابع والسادس للميلاد.

وإلى الشرق من نهر الأردن، يقع المغطس في منطقة وادي الخرار التي سُمِّيت قديمًا بيت عبرة، ويقال إنّ السيد المسيح عليه السلام وقف، وهو ابن ثلاثين عامًا، بين يدي النبي يحيى عليه السلام لكي يتعمد بالماء، ويعلن من خلال هذا الطقس بداية رسالته للبشرية، ويوجد في المكان عدة آبار للماء وبرك يعتقد أن المسيحيين الأوائل استخدموها في طقوس جماعية للعماد. وقد رمّمت دائرة الآثار الأردنية الموقع الذي زاره قداسة البابا يوحنا بولس الثاني، وأعلنه مكاناً للحج المسيحي في العالم مع أربعة مواقع أخرى في الأردن.

وكذلك المكتشفات المعاصرة في مدينة الرصيفة، منها اكتشاف أضخم طائر زاحف في العالم يضع الأردن من أهمّ المتاحف الطبيعية في العالم، وأنَّ الطائر العملاق المسمى (أرامبو رجينا فلادلفيا) هو طائر من عائلة الديناصور من العصر الكرستاسي المتأخر في الأردن، وهو من أضخم الحيوانات الطائرة الزاحفة من مجموعة الطيور المعروفة من هذا النوع، ويرجع إلى 70 عاماً مضت (وهيب، 2018)، وفيما يلي جدول رقم يوضح مناطق الجذب السياحي الرئيسية في الأردن بتصرف عن (وزارة السياحة والآثار، 2012).

جدول 2: مناطق الجذب السياحي الرئيسية في الأردن بتصرف عن (وزارة السياحة والآثار، 2012)

المواقع السياحية الرئيسية	النمط السياحي	المكان
البتراء	سياحة أثرية	محافظة معان
آثار جرش	سياحة أثرية	جرش
مدرج عمان الأثري	سياحة أثرية	عمان
قلعة الربض	سياحة تاريخية	عجلون
عراق الأمير	سياحة أثرية	وادي السير – عمان
آثار أم قيس	سياحة أثرية	محافظة إربد
أم الرصاص	سياحة أثرية	جنوب شرق مأدبا
كنائس مأدبا	سياحة دينية	مأدبا
جبل نيبو	سياحة دينية	مأدبا
المغطس	سياحة دينية	وادي الخرار- شرق نهر الأردن
كهف الرقيم	سياحة دينية	أبو علندا – عمان
البحر الميت	سياحة علاجية	جنوب غرب عمان
خليج العقبة	سياحة بحرية	العقبة
وادي رم	سياحة بيئية وسياحة مغامرات وجيولوجية	منطقة الحسمى
محمية ضانا	سياحة بيئية	الطفيلة
محمية وادي الموجب	سياحة بيئية وسياحة مغامرات	الكرك
محمية الشومري	سياحة بيئية وسياحة الحياة البرية	الأزرق
حمامات عفرا	سياحة علاجية	الطفيلة
منطقة الحمه	سياحة علاجية	لواء بني كنانة
حمامات ماعين	سياحة علاجية	مأدبا

المصدر: (علان، 2013)

سياحة الغوص البحري في العقبة

تُعَدّ سياحة الغوص على المستوى الدولي من أنماط السياحة الحديثة، التي شهدت نمواً متسارعاً خلال الآونة الأخيرة على المستوى الدولي، فأصبحت سياحة الغوص تجذب السياح لممارسة الرياضات المائية، ومنها سياحة الغوص تحت الماء، وبدأت العديد من الشركات السياحية العالمية تضع سياحة الغوص ضمن برامجها السياحية، وخاصة الدول التي تحتوي على البيئات الساحلية ذات التنوع الحيوي الفريد، الذي يُثري تجربة السائح بالاطلاع على كافة أشكال الحياة البحرية الغنية، وأصبحت سياحة الغوص واحدة من أهم الأنماط السياحية المنتشرة على خارطة السياحة العالمية في الوقت الراهن.

يُعتبر خليج العقبة المنفذ البحري الوحيد للأردن، ويتميز خليج العقبة بعدد من المزايا الجغرافية، ويقع خليج العقبة إلى الشرق من شبه جزيرة سيناء، وإلى الغرب من شبه الجزيرة العربية، على امتداد تلاقي الصفيحتين التكتونيتين العربية والإفريقية، لينتهي شمالاً إلى وادي عربة الحد الشرقي لصحراء النقب، ويعتبر مضيق تيران الحدّ الجنوبي للخليج، يبلغ طول خليج العقبة من مضيق تيران جنوباً إلى وادي عربة شمالا 165 كم، أمّا عرضه فيصل إلى 25 كم، وأعمق نقطة في الخليج 1820 متر تحت سطح البحر، تطلُّ على الخليج أربع دول، تمتدّ سواحل السعودية ومصر على جانبية الشرقي والغربي، وتنحصر سواحل الأردن على شريط ضيّق في أقصى شمل الخليج، على مساحة 28 كم.

يمتاز الخليج بارتفاع نسبة ملوحته مقارنة مع البحار الأخرى، حيث تبلغ حوالي 40 غم/ لتراً، مقارنة مع نسبة الملوحة العالمية، التي تبلغ 35 غم/ لتراً، ويعود ذلك لعدة أسباب، منها تدني مستويات هطول الأمطار، وغياب روافد نهرية حقيقية على طول الخليج، وارتفاع درجات الحرارة في المنطقة، مما يزيد من معدلات التبخّر، أما فيما يتعلّق بدرجات حرارة

مياه البحر، فتتراوح ما بين 20 درجة مئوية في فصل الشتاء إلى حوالي 28 درجة مئوية في فصل الصيف، ويصل الحدّ الأعلى إلى 50 درجة، والرطوبة تتراوح بين 30 – 55، والمناخ جاف.

ترتفع كميات الأكسجين المذاب في مياه خليج العقبة، وتتراوح بين 6.4 – 7.4 ملغم/ لتر، ممّا يدلّ على نسبة تهوية مرتفعة، وعمليات خلط للمياه العميقة، وعلى أنَّ النظام البيئي في حالة جيدة، تتزن فيه عمليات التنفس والتمثيل الضوئي، وتوصف مياه البحر في العقبة وفي الخليج بشكل عام، بالمياه البلورية؛ لشدة شفافيتها، وقد تصل إلى أكثر من 30 متراً بسبب غياب العكورة، وذلك نتيجة ضعف تدفق المياه من روافد الأودية المحاذية للخليج.

تمّ تسجيل أكثر من 510 أنواع تتبع لـ 19 عائلة من الأسماك، تتميّز المنطقة الساحلية الجنوبية بكثافة الغطاء المرجاني مقارنة مع المنطقة الشمالية، كما تزداد كثافة المرجان في الموائل العميقة مقارنة مع الضحلة منها؛ للعديد من الأسباب، من أهمّها بعدها عن النشاطات البشرية، وقد تمّ تسجيل أكثر من 127 نوعاً من المرجان الصلب، بالإضافة إلى التوزيعات المرجانية في العقبة.

تتواجد تجمعات الأعشاب البحرية على أعمق ضحلة نسبياً، وفي أماكن مختلفة على طول الساحل، ولهذه التجمعات أهمية بالغة؛ لكونها توفّر الغذاء المناسب للعديد من الحيوانات البحرية، إضافة إلى أنها توفّر بيئة خصبة لتكاثر الأسماك، وتمّ تسجيل أنواع متعددة من الإسفنجيات، والمحاريات وشقائق النعمان والطحالب، بالإضافة إلى تسجيل مجموعة مختلفة من أنواع السلاحف البحرية، ومن أكثرها شيوعاً سلحفاة منقار الصقر.

تتميّز المنطقة الساحلية في العقبة بمستوى مرتفع من التنوع في الحياة البحرية، بما تتضمنه من ثروة سمكية وتوزيعات مرجانية متنوعة،

ومـا يرتبط بهـا مـن الأسـمـاك والشعـاب المرجـانيـة، ومـروج الحـشـائش والأعشاب البحرية التي تعتبر أماكن تفريخ هامة للأسماك، ويتميز شاطئ خليج العقبة الأردني على مسافة 27 كم بتنوع جيمورفولوجي واضح، يسهم في إثراء سياحة الغوص البحري، وينقسم الشاطئ جيمورفولوجياً إلى ثلاثة أقسام، وهي:

- الشاطئ الشمالي الرملي.
- الشاطئ الشمالي الشرقي رملي خشن وصخر.
- الشاطئ الجنوبي رملي خشن.
- الموائـل والبـيـئـات الاصطناعـيـة في واحـة أيلـة، التـي أضـافـت مـا يقـارب مـن 16 كيلومتـراً مـن السـواحل الاصطناعية للسـاحل الأردني، مـن خـلال عـمليات سـحـب وضـخّ لمياه البـحـر لبـرك وبحـيـرات ضـخـمـة داخل اليابسـة، ومشـروع سـرايا العـقبـة، الـذي سـاهـم فـي إضـافـة مـا يقـرب مـن كـيلومـتـر واحـد مـن البـيـئـة السـاحليـة الاصطناعية.

تتميز الشعاب المرجانية في خليج العقبة بقدرتها على تحمّل درجات الحرارة المتزايدة عن المعدل الطبيعي، خاصة في ظل الاحتباس الحراري العالمي، حيث تتعرض العديد من مناطق انتشار الشعاب المرجانية في العالم للعديد من الإشكاليات المرتبطة بعمليات التبييض المتلاحقة، حيث إنَّ ظاهرة تدمير الشعاب المرجانية شهدت طفرة في السنوات الأخيرة؛ بسبب تغيّر المناخ، إذ تبيضت 75% من الشعاب المرجانية الاستوائية فى موجة محيطية دافئة بين عامي 2015، 2018، حيث تُعَدّ الشعاب المرجانية مصدراً للتنوع البيئي، وتشير الدراسات العلمية إلى أنَّ الشعاب المرجانية في خليج العقبة تقاوم التغيرات المناخية، فقلة معدلات التلوث وفترات صيد الأسماك بالمنطقة هي ما يُقلّل من ظاهرة تراجع الشعاب المرجانية في خليج العقبة.

تتكون الشعاب المرجانية في العقبة من هياكل لكائنات حيّة موجودة في

المياه الضحلة، وتتصف الشعاب المرجانية في خليج العقبة بعدم تأثرها بمصبّات الأنهار، وتصريف شبكات مياه الري، التي تؤدّي إلى القضاء على الشعاب المرجانية؛ بسبب تكوّن الطحالب عليها، وتتكاثر في المياه الضحلة التي لا تزيد أعماقها عن 50م، حيث توجد المياه الصافية، والإضاءة الكافية، واعتدال ملوحة المياه، وقلة التغيير في درجات الحرارة، وتبلغ مساحة المرجان في مياه الخليج 4.0% من مجموع المساحة الكلي، وتنمو الشعاب المرجانية ببطء شديد، وبمعدل يتراوح بين 03–06 سم في السنة، ويستمر نمو المرجان لفترات زمنية طويلة قد تمتدّ لمئات السنوات.

يتبيّن لنا ممّا سبق أنَّ خليج العقبة من المناطق الحيوية ذات التنوع الحيوي الفريد على المستوى الدولي، التي تستحق أن تكون على قوائم اليونيسكو للتراث العالمي؛ بهدف إدراج الخليج ضمن قوائم التراث العالمي الطبيعية، والحفاظ عليه بشكل مستديم للأجيال القادمة.

محمية العقبة البحرية Aqaba Marine Park

تأسّست محمية العقبة البحرية عام 1997، بمساحة 8.2 كيلو متر مربع (2800 دونم، 280 هكتاراً)، وتصنيفها المعتمد لدى الجمعية الملكية لحماية الطبيعة، التصنيف حسب Habitat /species – IUCN Category IV Management Area، وأهمّ الأنظمة الحيوية التي تسود في المحمية، هي الساحلية والبيئية؛ لأنَّها نقطة التقاء اليابس مع المياه، ممّا جعلها من أغنى البيئات الحيوية على طول سواحل البحر الأحمر، وأهمّ المقومات الحيوية في المحمية ما يأتي:

- تنوّع حيويّ سمكيّ مميّز جدًا يمتاز بالوفرة النوعية (الأنواع/ الحجم)، بالإضافة إلى التنوع المرجاني.
- تحتوي المحمية على العديد من الطيور المائية خصوصاً النورس، والخطافات والسكوا.

- 300 نوع من الشـعب المرجـانيـة الصلبـة والرخـوة، 512 نوعـاً من الأسماك المختلفة، وثلاثة أنواع من تجمعات الأعشاب البحرية.
- تحتوي على نوعين رئيسين من مجتمعات الأعشاب البحرية الضحلة من عمق نصف متر إلى 40 متراً.
- معدل الحرارة يتراوح من 14 في الشتاء إلى 32 في الصيف، ويصل الحـدّ الأعلى إلى 50 درجـة، الرطوبة تتـراوح بين 30 – 55، والمناخ جاف. (الجمعية الملكية لحماية البيئة البحرية 2016).



الشكل 5: التوزيع الجغرافي لمواقع سياحة الغوص في العقبة

تُعَدّ سياحة الغوص في العقبة بشكل خاص والعالم بشكل عام، أحد عوامل الجذب السياحي الرئيسية في العالم، حيث تشير إحصاءات المنظمة العالمية للسياحة UNWTO لعام 2020 إلى أنَّ رواد سياحة الشواطئ يُشكِّلون ما نسبته 34 % من مجموع الحركة السياحية العالمية، في حين إنَّ الطلب

على السياحة الثقافية، والأثرية، والحضارية لا يتجاوز 12.%، لهذا فإنَّه نتيجة للطلب المتزايد على سياحة الغوص والسياحة البحرية، ازدهرت مناطق سياحية شاطئية عديدة في كثير من دول العالم، ومنها الأردن، حيث توسّعت صناعة سياحة الغوص بشكل لافت خلال الآونة الأخيرة، فقد تضاعفت أعداد الخدمات السياحية الخاصة بسياحة الغوص، حيث كان عدد مراكز الغوص في عام 2014 تسعة مراكز للغوص وستة مراكز للرياضات البحرية، وحالياً في عام 2020 تضاعفت الأرقام، فقد وصل عدد مراكز الغوص إلى 27 مركزاً وستة مراكز للرياضات البحرية، مما يشير إلى تطور حجم الطلب السياحي على سياحة الغوص.

تتميز سياحة الغوص في العقبة بعوامل الجذب الطبيعي المتمثلة بكل أشكال التنوع الحيوي في مياه خليج العقبة، إلى جانب الشقّ الصناعي المتمثّل بإغراق العديد من المعدات العسكرية لينمو فوقها المرجان الطبيعي والكائنات البحرية؛ لتشكيل متاحف بغاية الروعة والجمال لجذب السياح والاستمتاع بسياحة الغوص البحري، حيث تم تجهيز أول متحف عسكري متكامل في أعماق خليج العقبة، حيث تم وضع 25 قطعة عسكرية من دبابات وعربة إسعاف مصفحة ورافعة عسكرية، وناقلة جنود، ومضاد للطائرات، ومدافع وطائرات عمودية مقاتلة، بين الشعاب المرجانية بتشكيل تكتيكي يحاكي وضعها في ميدان المعركة.

إضافة إلى كنوز أثرية أخرى تتواجد في أعماق الخليج، حيث السفينة العثمانية التي تمّ إغراقها عام 1917، وبقايا طائرة من مخلفات الحرب العالمية الثانية، ومواقع جديدة، في ما يعرف بالكهف الصناعي، الذي تمّ إنشاؤه وتمّ نقل الشعاب المرجانية من منطقة الميناء الجديد وزراعتها حول الكهف، ويشار إلى أنَّ كافة مواقع الغوص الصناعية السياحية تمَّ إنجازها وسط شروط وتدابير بيئية راعت الآثار المترتبة على إقامة هذه المواقع، وأنَّه تمَّ اتخاذ جميع الإجراءات لضمان حماية وسلامة البيئة البحرية. (بظاظو 2021)



الشكل 6: عدد العاملين في الأنشطة السياحية البحرية في العقبة

دور الجامعات في نشر التعليم السياحي وإعداد خريجين مؤهلين لسوق العمل في القطاع السياحي

تشكّل الجامعات قاعدة معرفية ووسيلة أساسية في نشر المعرفة بما يُمكّن الدولة والمجتمع من التطور الاقتصادي والاجتماعي والثقافي وفي المجالات كافة، ويكون ذلك عبر مشاركة الجامعات في تنمية المجتمعات المحلية وتمكينها من المشاركة في مكاسب التنمية لتحقيق العدالة الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

ولعلَّ السياحة من القطاعات المهمة في الأردن التي يمكن لجامعاتنا المشاركة في تنميتها عبر رفد القطاع بالقوى العاملة المتعلمة والمثقفة والقادرة على تفهم الخصوصية الثقافية والاجتماعية لهذا القطاع، خاصة أنَّ قطاع السياحة من أكثر القطاعات قدرة على تشغيل القوى العاملة والأكثر قدرة على تخفيض معدلات البطالة المنتشرة في صفوف الشباب الأردني، وتشير التوقعات إلى أنَّ القطاع سوف يوفّر أكثر من (25) ألف فرصة عمل مباشرة خلال السنوات القليلة المقبلة، ويكمن التحدي هنا في تعميق مفهوم الثقافة السياحية في صفوف طلبتنا في مراحل التعليم الأساسي والجامعي عبر اعتماد التعليم السياحي والفندقي قاعدة أساسية في جامعاتنا للمشاركة في تلبية احتياجات القطاع السياحي (غنيم و سعد، 2000)

أشار (أبو رمان، 2011) إلى أنَّ التعليم السياحي في الأردن لا يزال دون المستوى المطلوب، حيث تغيب العلاقة بين أرباب العمل في قطاع السياحة مع الجامعات الأردنية (الشراكة)، ما يعني عدم توافق المخرجات التعليمية نسبياً مع حاجات سوق العمل السياحي، والناتجة عن تركيز الكليات السياحية على الجانب النظري في التدريس وقلة الجانب العملي، وكذلك قلة الفرص المتاحة لطلبة تخصصات السياحة والضيافة في التدريب الميداني في الشركات السياحية، ما جعل الكثير من طلبتنا يعانون من نقص

في المعلومات والمهارات المطلوبة، وكذلك عدم وضوح المسارات الوظيفية في قطاع السياحة لدى الكثير من الطلبة الحاصلين على تخصصات في مجال السياحة والضيافة، فضلاً عن انتشار ثقافة العيب وظروف العمل والأجور غير التنافسية.

ويترتّب على عاتق الكليات السياحية بناء الخبرات التعليمية وتعزيزها بالأنشطة والبرامج التعليمية والتربوية، والإسهام في إيجاد ثقافة سياحية قيّمة ومستديمة من خلال البرامج التعليمية والتربوية، وتحقيق التكامل والشراكة بين الأنشطة السياحية والعملية التعليمية في الجامعات، وتنمية حس إيجابي في أذهان المدرسين في الكليات السياحية والطلبة بأهمية القطاع السياحي، وتحفيز رغبات الطلبة للعمل في القطاع السياحي، وخاصة الإناث منهم، بتعميق مفهوم الإرشاد المهني والوظيفي في الجامعات، الذي يساهم في وضع الأنشطة السياحية في أولويات الطلبة عند اختيارهم لمهنهم السياحية، وتعزيز مفهوم السياحة المحلية عن الخارجية بإبراز أهمية المنتجات السياحية الأردنية، واعتبارها مقصداً سياحياً بديلاً عن المقاصد الخارجية (مقابلة، 2004).

ويجب ألاّ يقتصر دور الكليات السياحية على أعداد الخبراء السياحين فقط، بل عليها أنّ تعد مواطنين مثقفين سياحياً من خلال تعريف الطلاب بأهمية السياحة، وإبراز الحس السياحي في تنمية الاقتصاد الوطني، وتأكيد ضرورة النهوض بالقطاع، وتنمي الثقافة السياحية لدى الطلاب في الجامعة من خلال إعداد برامج خاصة أو بإدراجها ضمن المقررات، كذلك بالندوات، والمحاضرات، والمؤتمرات، والجمعيات.

كما تعمل الثقافة السياحية السليمة على تجنّب التصادم والصراع الفكري بين الشعوب، من خلال غرس القيم والمبادئ الدينية والأخلاقية بين أفراد المجتمع والشباب خاصة، وللكليات السياحية دور مهم وكبير في تنمية الثقافة السياحية، من خلال تنمية اتجاهات وقيم إيجابية لدى الطلاب من

السياحة، وفائدتها على الفرد والمجتمع، كما للكليات السياحية دور تربويّ أيضاً من خلال إكساب الأفراد كيفية التعامل مع السائحين وحسن استقبالهم، وعدم الانصهار في ثقافتهم، وتنمية السلوك الحضاري، بالمحافظة على المكتسبات السياحية البيئية (عبد القادر، 2006).

كما أنَّ التعليم الجامعي في الدول العربية يعاني من تدني نوعية مخرجاته، وعدم مواءمتها لاحتياجات سوق العمل وخطط التنمية في معظم الدول العربية على حدٍّ سواء، وإنَّ كثيراً من تخصصات وبرامج هذه الجامعات لم تعد تشكل ذات أولوية لحاجة المجتمع، وأصبح سوق العمل المحليّ مشبعاً منها، وتعاني مخرجاتها من البطالة، وخاصة تخصصات العلوم الإنسانية والاجتماعية، وأصبحت بعض الأنظمة العربية مثقلة بتوظيف مخرجات هذه التخصصات في المؤسسات والهيئات والوزارات لحل مشكلة البطالة السافرة لمثل هذه، المخرجات.

إلاَّ أنَّ القطاع الخاص يشترط لتوظيف هذه المخرجات توفّر المهارات الإضافية الأخرى مثل اللغات الأجنبية، والقدرة على استخدام الحاسب الآلي، إضافة إلى بعض المهارات والقدرات الشخصية الأخرى (العبيدي، 2006)، ونتيجة لذلك فقد سعت الكثير من الحكومات العربية إلى إصلاح مؤسسات التعليم الجامعي وتجويد مخرجاتها بإنشاء وتشكيل الهيئات أو المجالس المتخصصة للاعتماد الأكاديمي، وضمان الجودة التي تضمن من خلالها توطيد ثقتها ببرامجها التعليمية ومواءمة مخرجاتها مع حاجات المجتمع وسوق العمل (لقمان، 2007).

ويرجع كل من سويلم (2005)، والترتوري (2009)، والعتيبي (2010) ضعف المواءمة ما بين مخرجات التعليم السياحي في الكليات السياحية واحتياجات سو ق العمل والمجتمع إلى الأسباب الآتية:

1. انخفاض الكفاءة الداخلية النوعية للتعليم السياحي، التي من مؤشراتها تدنّي التحصيل المعرفي والتأهيل التخصصي، وضعف

القدرات التحليلية والابتكارية والتطبيقية، والقصور في تعليم القيم والاتجاهات الإنتاجية.

2. انخفاض الكفاءة الخارجية الكمية والنوعية، ويتمثّل ذلك في تخريج أعداد من الخريجين في تخصصات لا يحتاجها سوق العمل، مع وجود عجز وطلب في تخصصات أخرى.
3. عدم إشراك قطاع العمل في تحديد سياسة القبول، وعدم تطوير المناهج حسب حاجة سوق العمل.
4. غلبة الجانب النظري في العملية التعليمية وعدم الاهتمام بالمهارات التطبيقية والعملية للتدريس بأسلوب علمي حديث.

ويؤكد (بوبطانة، 2001) أنَّ الانفصام شبه الكامل بين مؤسسات التعليم العالي والقطاع الخاص في كثير من الدول النامية، أدَّى إلى تراكم أعداد هائلة من الخريجين العاطلين عن العمل الذين يرفضهم القطاع الخاص؛ نظراً لانخفاض نوعياتهم، وعدم ملاءمة قدراتهم وكفاءتهم لحاجات العمل في هذا القطاع، وتقلّص دور الحكومات كجهات موظفة لمخرجات التعليم العالي، وأنَّ ما يزيد من تفاقم هذه المشكلة ترسّخ التوجّه نحو العولمة، التي تؤكّد على حرية التجارة وحرية حركة رأس المال البشري، ممّا يقود إلى حدة المنافسة على الوظائف المتوفرة في سوق العمل، حيث سيكون التنافس مفتوحاً للآخرين من خارج حدود الوطن، ولذلك أصبح هناك حاجة إلى توطيد العلاقة والشراكة بين مؤسسات التعليم العالي والقطاع الخاص في العديد من المجالات المشتركة مثل التعليم التعاوني.

ومن هنا يمكن القول إنَّ أهمية الجامعة ليست في مجال التدريس والبحث العلمي فحسب، بل تستند على دورها في المجتمع في إعداد كوادر جديدة، ولكي تقوم بدور أفضل في خدمة المجتمع لا بدَّ لها أن تضع تصوّراً واضح المعالم عن كيفية تلبية حاجات الفرد والمجتمع والتفكير في البرامج

التي تقدّمها في الأقسام المختلفة، وحاجات السوق التي تشكل جزءاً أساسياً من حاجات المجتمع وتنميته باستمرار، للتفاعل مع عالم يتغير وتتبدل حاجاته وأدواته وأساليبه وآليّاته بشكل متسارع (مجدي، 2000).

وعليه فإنَّ دور التعليم الجامعي في أسواق العمل وفي المجتمع ككل، ليس فقط في إعداد الطالب الإعداد السليم ليكون مواطنًا صالحًا خادماً لوطنه بالشكل الأمثل، وليكون منافسا رابحاً في أسواق العمل، إنَّما يجعل البحث العلمي الذي تنجزه مراكز ومؤسسات التعليم العالي أحد أهم المدخلات لتنمية المجتمع سياسياً وتربوياً واقتصادياً واجتماعياً، بالإضافة إلى تنشيط الآليات النوعية الضرورية لأسواق العمل؛ من أجل تمكينها من تحديث بنيتها الاقتصادية والتكنولوجية والعلمية ...إلخ، وعلى هذا الأساس فإنَّ تعزيز جودة التعليم تُشكّل هاجساً عند النظام السياسي، كما هو هاجس للجامعات والجهات ذات العلاقة في المجتمع، ممّا دفع هذا إلى أهمية التعليم وتفعيل دوره في إعداد نظام تتحقّق به الجودة التي تعتمد على بنية نظام متكامل للمؤسسة التعليمية .

وهذا يتطلب طبعا تغير الأسس التقليدية التي يرتكز عليها التعليم الجامعي، ويتطلب استجابة للمتغيرات والحاجات البشرية باستحداث برامج جديدة ومرنة تلبي حاجات تطوير ومهارات الموارد البشرية وفقا للظروف الاقتصادية والاجتماعية وكذلك المتغيرات في سوق العمل مما يجعل التعليم الجامعي قادرًا على التأثير الجدي في المجتمع عبر تطوير العمل البحثي وتكوين المعرفة وإنتاجها ثم نقلها إلى المجتمع لكي تصبّ في خدمة الإنسان والمواطن والوطن والأمة، فالترابط العضوي بين التعليم الجامعي وسوق العمل هو معيار نجاح التعليم الجامعي، وربما ذلك يسهم في حلِّ الصراعات التي قد تنتج بسبب الحصول على الشهادات الجامعية، ثم الانضمام إلى البطالة في المجتمع؛ ليكون هذا الإنتاج يسهم في معاناة المجتمع بدلاً من ازدهاره (شرقي، 2008).

لذا فإنَّ التعاون الايجابي والترابط العضوي بين مؤسسة التعليم ومؤسسات الدولة الأخرى يسمح بتحديث مهارات أفراد طلبتها، كما يسمح بإيجاد الحلول لتمويل الجامعات وتمكينها من تجهيزها بالتكنولوجيا الحديثة التي تتماشى مع حاجات سوق العمل الذي ينعكس إيجاباً على المجتمع بكليته، ولتضعها في تصرف طلابها الذين سيصبحون هم أنفسهم في الغد القريب الموارد البشرية التي ستتولى تطوير الإمكانيات والقدرات، وتحقيق التنمية على الصعد كافة.

واقع التعليم الجامعي في الأردن وحاجات سوق العمل:

إنَّ للتعليم الجامعي في الأردن أهدافه وإستراتيجياته التي قد تحتاج إلى مراجعة ودراسة وتقويم، حيث يوجد خلل في الصورة المتكاملة لمؤسسات التعليم العالي، سواء أكانت حكومية أم أهلية في جوانب العملية التعليمية والدراسات والبحوث والمؤتمرات وخدمة المجتمع، حيث ظلّت هذه النشاطات ولحد كبير معزولة عن المجتمع وخدمته، وأضحت هذه المؤسسات لا تُعنى إلاّ بتخريج أفواج من الخريجين دون مراعاة لاحتياجات سوق العمل وخطط التنمية، ولذا ظهر عدد كبير من العاطلين عن العمل من خريجي الجامعات، الأمر الذي أثَّر سلباً في صحة المجتمع وإنتاجيته.

وإنَّ دور أعضاء الهيئة التدريسية اقتصر على التدريس ونشر البحوث المطلوبة لأغراض الترقية، دون الاهتمام بمشكلات المجتمع وتنميته، أياً كان حقل التخصص الدقيق، وهذا واضح بالعجز عن تقديم حلول عملية لمشكلات يعاني منها المجتمع، مثل بدائل للطاقة والأمن الغذائي أو الصناعي أو المائي والسياحي، وهذه المجالات هي من واقع احتياجات الأردن، وهي مجالات تدعم الاقتصاد الوطني بشكل مباشر (سليم، 2009).

كما أنَّ النظام التعليمي الجامعي في المملكة الأردنية الهاشمية يواجه مشكلة حقيقية تكمن في غياب التوافق بين أولويات التعليم وبين احتياجات

وحاجات سوق العمل الأردني، وازدياد معدلات البطالة المقنعة، والقوانين التي تحكم التعليم العالي وأسس القبول، وقصورها في تلبية احتياجات المجتمع واحتياجات السوق، وتكرار التخصصات نفسها في عدد من الجامعات، وعدم مواكبة الخطط والبرامج الدراسية لحاجات التنمية والحداثة، وضعف كليات ومعاهد التعليم الجامعي المتوسط في تلبية حاجات التنمية من خريجين مهنيين وفنيين وحرفيين ذي كفاءة عالية، وعدم تلبية برامج الدراسات العليا للمشكلات الفعلية التي يواجهها المجتمع (عيروط، 2012).

وتؤكّد التقارير الصادرة عن المنظمات الدولية والإقليمية مثل اليونسكو وأليسكو وأسيسكو واتحاد مجالس البحث العلمي العربية وغيرها، على أنَّ مخرجات التعليم العالي للجامعات العربية والإسلامية، ومن ضمنها الجامعات الأردنية، هي في حقيقة الأمر متواضعة، وأنَّ هناك فجوة بين معرفة الخريج وتأهيله لتلبية حاجات سوق العمل ومواكبته للتطور العلمي والمهني في المجالات المعنية، وأصبحت هذه الفجوة تتسع يوماً بعد يوم، وغدت النظرة إلى الجامعات على أنَّها دور نشر لمنح الشهادات الأكاديمية دون التركيز على المحتوى والمضمون.

كذلك من المعلوم أنَّ أكثر من 50% من المجالات التي تمّت تغطيتها في الدراسة خلال سنوات الدراسة في الجامعة، ستكون متقادمة وغير ملائمة لحاجات سوق العمل خلال فترة ست سنوات، عوضاً عن حفظ وتكرار معارف قد يكون عفا عليها الدهر، ممّا يعني أنَّ دور الجامعة الرئيس يجب أن يركِّز على مهارات أساسية تقوم على تنمية مهارات التفكير الناقد والتفكير التحليلي المبني على القدرة على الاستنتاج والتحليل والاستقراء، والتصرف الملائم لحلِّ المشكلات في الواقع العملي، بالإضافة إلى مهارات الاتصال والعرض، ويجب ألاّ نغفل عن المعارف الرئيسة في التخصصات المختلفة التي يجب أن يتزوّد بها الخريج (سليم، 2009).

وتعود أسباب ضعف المواءمة ما بين مخرجات التعليم الجامعي الأردني واحتياجات سوق العمل والمجتمع إلى الآتي (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2015):

1. عدم وجود سياسة واضحة في الدراسات العليا بناء على احتياجات المجتمع والاقتصاد القومي، الأمر الذي أدّى إلى خلل في التوازن في عدد خريجي التخصصات العلمية والتكنولوجية.
2. ضعف التخطيط على مستوى طرح التخصصات في الدراسات العليا، والذي يظهر في الأرقام التي تشير إلى أنَّ غالبية البرامج على مستوى الدكتوراه والماجستير لا تخضع إلى احتياجات السوق والمجتمع.
3. ضعف العلاقة بين الجامعات ومؤسسات المجتمع المدني والمؤسسات الوطنية العاملة في حقول الصناعة والتجارة والأعمال، ووجود فجوة تتسع باطراد بين الجانبين، ويعود ذلك لعدم مواكبة التحديث في المناهج.
4. ضعف المواءمة بين مخرجات التعليم الجامعي وسوق العمل وضعف التشجيع والإقبال على البرامج التقنية والمهنية، ووجود مؤسسات تعليمية منافسة لمؤسسات التعليم العالي على صعيد الإقليم، وعلى الصعيد العالمي.
5. ضعف الإقبال على التعليم التقني الجامعي والمتوسط لحساب التخصصات الإنسانية، وعدم وجود خطط وسياسات داعمة ومنفذة للتعليم التقني على أرض الواقع، تفي بحاجة السوق وتخفّف من نسب البطالة.

وتجدر الإشارة إلى أنَّ مشكلة عدم المواءمة بين مخرجات التعليم وسوق العمل، وما تسفر عنه من بطالة الخريجين، آخذة بالتفاقم بفعل عوامل

عديدة من أبرزها: طبيعة سوق العمل التي تتطور بسرعة أكبر من التطور في نظام التعليم والتدريب، توجه معظم حكومات الدول النامية نحو تقليص الإنفاق على التعليم والتركيز على التوسع الكمي في التعليم، الذي أسهم في زيادة أعداد غير المؤهلين، وبروز مشكلة فجوة المهارات، تقليص الإنفاق الاستثماري الذي أسهم في خفض معدلات النمو الاقتصادي، وفي خفض معدلات استيعاب القوى العاملة في القطاع المنظم، وفتح المجال نحو توسع القطاع غير المنظم والأنشطة الهامشية، وهو ما أسهم في ارتفاع معدلات البطالة الناقصة.

فضلاً عن ذلك أدّى ارتفاع معدلات التضخم إلى تراجع العائد على التعليم، وإضعاف الحافز لدى هيئات التدريس على تطوير التعليم، وأدّت العولمة وما رافقها من تقدّم تكنولوجي إلى تغيير الشروط التكنيكية والمهنية للتوظيف، وتغيير أنماط الطلب على العمل، وأسهم تطبيق الخصخصة في تقليص فرص التوظيف وبخاصة في القطاع العام والأجهزة الحكومية التي كانت تشكل أنشطة الاستيعاب الرئيسية للقوى العاملة، وأدّت ظروف الحروب وعدم الاستقرار السياسي في الدول النامية بوجه عام والمنطقة العربية بوجه خاص إلى تقليص قدرات الأنشطة الاقتصادية على التوظيف.

وقد أدّت تلك الظروف أيضاً إلى التخلّي عن وضع الخطط التفصيلية لربط التوسع في التعليم بحاجات سوق العمل، وأضعفت الاهتمام ببرامج التدريب المهني (عبد الخالق، 2005).

قامت وزارة التعليم العالي بتأسيس وحدة لمشروع برنامج الأمم المتحدة للتنمية (UNDP)، بحيث يهدف هذا المشروع إلى تنفيذ عملية التقويم الشامل للمهارات والمعارف التي يحصل عليها خريجو الجامعات الأردنية، ومدى مواءمتها لحاجات سوق العمل الحالية والمستقبلية بالتعاون ما بين وزارة التعليم العالي والبحث العلمي برنامج الأمم الإنمائي (UNDP)، وتنفيذ المرحلة الأولى عام 2006، والمرحلة الثانية من المشروع (لمدة سنة) بهدف

مواجهة أحد الأسباب المساهمة في مشكلة البطالة وعدم مواءمة مخرجات مؤسسات التعليم العالي لسوق العمل واحتياجات سوق العمل، ومن أهمّ إنجازات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي الآتي:

1. استحداث وحدة متخصصة لمواءمة مخرجات مؤسسات التعليم العالي داخل الوزارة، وتقوم هذه الوحدة بالإشراف على إدراج برامج خدمات التوظيف.
2. متابعة الخريجين من الجنسين ومتابعة حاجات سوق العمل، من خلال التشبيك مع المؤسسات الحكومية والخاصة، وإجراء الدراسات المتعلقة بالعمل والبطالة والتشغيل.
3. تفعيل وحدات متابعة الخريجين في الجامعات الأردنية.
4. إيجاد اتفاقيات توظيف وشراكة وتدريب مع الجامعات ومؤسسات القطاع العام والخاص.
5. متابعة عمل هذا المشروع في الجامعات، لا بدَّ من تدريب موظفين مؤهلين من الوزارة ومؤسسات التعليم العالي لمتابعة عمل الوحدات في الوزارة، ومتابعة الإعلانات عن الوظائف الشاغرة عن الجامعات وغيرها في الصحف المحلية، وتحديث قاعدة البيانات وتحليلها، وإجراء الدراسات والأبحاث المسحية وتحليلها (وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 2015).

واقع سوق العمل في الأردن:

يُعدّ تدني نسبة المشاركة الاقتصادية في سوق العمل من أبرز الاختلالات التي يعاني منها الاقتصاد الأردنيّ، فبلغت نسبة المشاركة -بشكل عام- حوالي 36.5% من إجمالي الأفراد المقبلين على العمل، ويُعزى السبب الرئيس لتدني نسبة المشاركة في الاقتصاد بسبب نسبة المشاركة الضئيلة للإناث في سوق العمل التي تبلغ 13.3 %، في حين تبلغ نسبتها

للرجال (59.6)، وهذا يدلُّ على أنَّه من كلّ 8 نساء قادرات على المشاركة في سوق العمل، توجد امرأة واحدة تعمل أو تبحث عن عمل، في حين يوجد 3 رجال من كل 5 رجال من القادرين على المشاركة في سوق العمل يعملون أو يبحثون عن عمل، وأنَّ تدني نسبة المشاركة للنساء ليس وليد اللحظة، بل يُعدّ من الاختلالات الهيكلية للاقتصاد الأردني، حيث بلغ معدل مشاركة المرأة في سوق العمل في السنوات الست الماضية 13.6 % في حين بلغ المعدل للرجال (60.1%).

وهذا الاختلال يُكلِّف الاقتصاد الأردني حسب - منتدى الإستراتيجيات الأردني - ما يعادل (46%) من الناتج المحلي الاجمالي، أو تقريباً ما يوازي نصف الاقتصاد الأردني. عند النظر إلى حيثيّات هذا الاختلال، نرى أنّ نسب المشاركة الاقتصادية حسب الجنس والعمر تكون عالية نسبيًا للرجال في فئات العمر ما بين 25 و54 سنة، لتبدأ بالانخفاض المتسارع بعدئذٍ، ما يدلُّ على تفشّي ظاهرة التقاعد المبكر، وخروج العديد من الرجال من سوق العمل في مرحلة يُعدّون فيها في أوج عطائهم.

أمّا النساء، فترتفع نسب مشاركتهن الاقتصادية مع ارتفاع الشريحة العمرية لحدّ عمر (39) سنة، لتبدأ بعدئذٍ بالانخفاض، ما يدلّ على وجود أسباب أخرى لخروج المرأة من سوق العمل مثل: عبء رعاية الأطفال أو الزواج (الشوملي، 2016).

بلغت نسبة البطالة لدى الأردنيين بحسب مسح العمالة والبطالة لدائرة الإحصاءات العامة للربع الثاني من عام 2016، (14.8%)، وهي تُعَدّ من أعلى النسب التي يشهدها الاقتصاد الأردني في العقد الماضي، حيث نلاحظ أنَّ نسب البطالة من عام 2010، بقيت تحوم حول مستوياتها بمعدل 10.8% للرجال، و(21.5) للنساء، ما يدلُّ على أنَّ البطالة التي يشهدها الأردن هي بطالة هيكلية تعزى بشكل رئيس إلى عدم التوافق ما بين العرض والطلب في سوق العمل؛ أي إنَّ احتياجات القطاع الخاص والقطاع العام لا تتواءم

مع مخرجات التعليم – بمستوياته كافة – في الأردن.

كما يلاحظ أنَّ نسب البطالة تزداد بشكل متسارع مع ازدياد المستوى التعليمي للمرأة الأردنية، حيث بلغت أعلى نسبة بطالة للإناث الحاملات لدرجة البكالوريوس (27%) في حين بلغت أدنى نسبة بطالة للإناث ذوات التعليم الأساسي بنسبة بطالة (8.9 %) (دائرة الإحصاءات العامة، 2016) وفق الإحصاءات المشار إليها سابقاً.

إنّ ارتفاع مستويات التعليم في الأردن – حيث يحمل حوالي 15 % من إجمالي الأردنيين شهادة البكالوريوس أو أعلى – يؤدّي إلى ازدهار اقتصادي على المدى الطويل، لكن بشرط وجود سياسات اقتصادية تضمن استغلال الموارد البشرية للمملكة الأردنية الهاشمية. إنَّ التعليم العالي في الأردن يشهد نمواً مطّردًا في العدد، حيث تخرّج حوالي 327 ألف طالب من الجامعات الأردنية منذ عام 2010 إلى العام 2015م، تخرَّج منهم 57 ألف طالب في العام 2015م، بلغت النساء منهم 54 % كما تضمّ الجامعات الأردنية حاليًا حوالي 267 ألف طالب على مقاعد الدراسة، في حين تضمّ الكليات والمعاهد التقنية حوالي 2400 طالب على مقاعد الدراسة.

أمّا عن الخريجين الجامعيين لعام 2015م فيلاحظ اتجاه معظمهم – ذكورًا وإناثًا – إلى تخصص التجارة وإدارة الأعمال، فبلغ عدد الذكور المتخرجين الحاصلين على هذا التخصص 35.5% في حين بلغت النسبة ذاتها للإناث 21.2%.

أمّا عن باقي التخصصات الشائعة، فيلاحظ أنَّ التخصصات العلمية مثل: الهندسة والرياضيات وعلم الحاسوب جذب معظم الذكور، في حين معظم الإناث اتجهن إلى التخصصات التربوية والعلوم الإنسانية، أما عن التخصصات الأقل جذباً للطلاب، فكانت طبّ الأسنان، مهن الخدمات، والطبّ البيطري (وزارة التعليم العالي الأردنية، 2015) وهذا يعود لسهولة التخرّج في الكليات الانسانية دون العملية والمهنية منها.

ولفهم احتياجات سوق العمل الأردني، ننظر إلى مسح الوظائف المستحدثة الصادر عن دائرة الإحصاءات العامّة للنصف الأول من العام 2015م، حيث أوجد الاقتصاد الأردني حوالي 31 ألف وظيفة جديدة، وفقد 13 ألف وظيفة في النصف الأول للعام 2015، أي أنَّ صافي فرص العمل المستحدثة بلغ 18 ألف وظيفة.

توزَّعت الوظائف المستحدثة على الذكور والإناث، فقد حصل الذكور على 15.5 ألف وظيفة، في حين حصلت الإناث على 2.5 ألف وظيفة مستحدثة. إنّ الاختلال الأكبر يكمن في توزيع تلك الوظائف بحسب الجنس ومستويات التعليم، فنرى أنّ حوالي 85.6 % من الوظائف المستحدثة للذكور ذهبت لذكور لم يُكملوا الثانوية العامة، أو ما يعادل 13.3 ألف وظيفة (أو ما يوازي 74 % من إجمالي الفرص المستحدثة) أمّا عن النساء، فثلث الفرص المستحدثة لهن ذهبت لإناث حاصلات على شهادة البكالوريوس أو أعلى (دائرة الإحصاءات العامة، 2016).

التحديات التي يواجهها سوق العمل الأردني:

هنالك جملة من التحديات التي يواجهها سوق العمل الأردني، نذكرها على النحو الآتي:

1. انخفاض مستويات الأجور وحدها الأدنى.
2. زيادة أعداد الخريجين وعدم تلبية احتياجات سوق العمل الأردني.
3. ضعف المشاركة الاقتصادية وعلى وجه الخصوص مشاركة المرأة في سوق العمل المهني بالذات.
4. عدم مواءمة مخرجات النظام التعليمي (الأكاديمي والمهني)، وحاجات سوق العمل.
5. استمرار معاناة الفئات المستضعفة المهمشة مثل الأشخاص ذوي الإعاقات والأطفال.

6. ضعف التنسيق بين المؤسسات الرسمية (مركز الفينيق للدراسات الاقتصادية والمعلوماتية، 2011).

مخرجات النظام التعليمي في الكليات السياحية في الجامعات الأردنية:

يُعدّ التعليم الجامعي من المؤسسات ذات المخرجات المتنوعة والمتعددة إلى حدّ كبير، باعتباره الوسيلة الأساسية لتقدم وازدهار أي مجتمع في العالم، ويلاحظ أنّ مخرجاته العملية التعليمية تتسع أطرها وفقًا لحاجات البيئة الخارجية سريعة التغيّر، ممّا جعلها أكثر تنوعاً وشمولية، ولا بدّ من الإشارة إلى أنَّ تنوّع مخرجات العملية التعليمية يمكن أن يتوقف إلى حد كبير على مدى طبيعة وتنوّع أهداف المؤسسات التعليمية، مع الأخذ بنظر الاعتبار ظروف وحاجات البيئة المحيطة، ناهيك عن فاعلية تلك المؤسسات وكفاءتها، ممّا يجعل المؤسسات التعليمية تتبنّى بعض أنواع المخرجات دون غيرها.

وإذا أمعنا النظر في الواقع الذي تعيشه جامعاتنا، نجد أنَّها تتمتّع بإمكانات لا يُستهان بها وطموحات عالية، سواء على المستوى الشخصي للأساتذة والتدريس أو على المستوى المؤسسي والقيادة الجامعية في ضوء معطيات البيئة الاجتماعية المحيطة، ولأنَّ دراستنا الحالية تركّز على المخرجات التي نعتقد بأنَّها الأكثر أهمية في بيئتنا، ووفقاً لظروفها الحالية، فقد جاء التركيز على خمسة أنواع من المخرجات التي سنتطرق إليها أدناه بشيء من الإيجاز.

أولاً: المستوى النوعي للخرّيجين:

يُعدّ الخرِّيجون من أهمّ أنواع المخرجات التي تسعى المؤسسات التعليمية إلى الارتقاء بجودتها، ويركز هذا النوع من المخرجات على المعرفة الأساسية والمعلومات التي تشكّل البيئة التحتية لجودة الخرّيجين، وتستند

هذه المعرفة والمعلومات على بعدين: هما التمكين والاستيعاب لحقائق عمل منظمات ومؤسسات الأعمال الأساسية، والمعرفية المهنية ذات العلاقة بعمليات تلك المنظمات، ويرتبط المستوى النوعي للخريجين بقدرات الطلبة على متابعة وفهم الأسس والمبادئ المهنية، وكذلك فهم وسائل تطبيقها في ميادين العمل، ويتزامن ذلك مع توسع المنظور الشامل وتنوع الأدوار، وكذلك توسّع فكر الخرّيج ليصبح قائداً إرسالياً ذا منظور إستراتيجي واهتمام شمولي بالعمليات والممارسات الإدارية لمنظمات الأعمال (الطائي، 2005).

ولمّا كان الطالب أحد عناصر مخرجات العملية التعليمية، ولكي تضمن المؤسسة التعليمية الجودة في هذا العنصر، يجب عليها تفعيل العلاقة بين الطلبة ومؤسسات المجتمع قبل الخروج إلى سوق العمل، والتنسيق مع مؤسسات الدولة وأسواق العمل لتوفير فرص العمل لخريجيها، والسعي الحثيث لتحسين مستوى الخريجين باعتبارهم إنتاجاً نهائيّاً، يمكن به الحكم على جودة العملية التعليمية برمتها (الحاج، مجيد، وجريسات، 2008).

ثانياً: برامج تدريب الخريجين:

يركّز هذا النوع من المخرجات على المهارات والخصائص المميزة ذات التأثير المباشر في تحسين السلوك والأداء للأفراد والمؤسسات بشكل عام، وتُعدّ البرامج التدريبية التي تقدّمها المؤسسة التعليمية من الأولويات المهمة لتحسين الوظيفية وتطويرها لمختلف المستويات التعليمية والتخصصية، وانطلاقاً من دور الجامعة كمؤسسة ريادية لتطوير المجتمع، فإنَّها مدعوة إلى تبني مفهوم الجامعة كمركز لخدمة مؤسسات المجتمع، وهي:

أ . تلبية الحاجات المهنية للمتدربين.

ب . توجيه برامج التدريب نحو الكفايات التعليمية.

ت . المرونة وتعدّد الاختبارات في برنامج التدريب.

ث . استثمار تكنولوجية البرامج التدريبية لنتائج البحوث والدراسات العلمية.

ج . توجيه برامج التدريب نحو الكفايات التعليمية.

ح . أن تُحقّق برامج التدريب التطابق أو التوافق ما بين الأفكار النظرية والممارسات العملية.

ويشير العبيدي (2006) إلى اهتمام الجامعات بمخرجات ذات الصلة بالمتعلم، التي تتعلّق أساساً بنوعية الخريج بوصفة منتجاً لذلك، فلا بدّ أن يستجيب لخصائص معينة مثل:

1. أن يكون مزوّداً بالمعارف والمهارات والكفايات التي تساعده في الاندماج في عالم العمل وتحقيق الذات، كمهارات البحث عن عمل، وروح المبادرة، والقدرة على اتخاذ القرار المناسب.
2. أن يكون قادراً على التكيّف مع ما يستجدّ من أحداث وتغيرات في عالم العمل.
3. أن ينمّي لديه الفكر الناقد المساعد على الإبداع.
4. أن يصبح منفتحاً على الآخر، ممّا يجعله يفيد ويستفيد ويحقّق نموه الذاتي.
5. أن يكتسب خبرة تجعله قادراً على اكتساب المعارف والبحث عنها وإتقانها، والوسائل والأدوات الموصلة إليها، حتى يتحقق لديه التعليم مدى الحياة.

ثالثاً: البرامج الأكاديمية (تطوير المناهج):

هي مجموعة المناهج التي يتمّ تصميمها وإعدادها وفقاً لرؤية المنظّمة ورسالتها وأهدافها، وتسهم في تقديم خرّيج بمواصفات عملية تؤهّله للعمل بكفاءة عالية في حقل العمل، وعند تصميم المناهج أشار الخطيب (2010) يجب مراعاة الأمور الآتية:

1. وضع خطّة متكاملة للمنهج الدراسي لكلّ قسم عملي يتضمّن :التحديد الواضح للأهداف، الوصف الدقيق لطبيعة المواد الدراسية، التعريف الكامل بمكونات المنهج الدراسي من حيث مدة الدراسة، عدد الساعات المعتمدة، المواد الدراسية التخصصية، عدد الساعات النظرية والعملية لكلّ مادة دراسية.
2. إعداد وصف مختصر للمواد الدراسية ومفرداتها التفصيلية، والكتاب أو الكتب المعتمدة في التدريس، ونظام تقويم التحصيل العلمي للطالب من كلّ مادة دراسية .
3. استيعاب مفردات المواد الدراسية ضمن المنهج الدراسي بشكل واضح ومفهوم من قبل الطلبة.
4. مراعاة احتياجات سوق العمل عند تصميم المناهج الدراسية بشكل يضمن استيعاب متغيرات البيئة الخارجية، وحاجات التحسين المستمر للمنهج الدراسي.
5. توافق مخرجات المنهج الدراسي مع المعايير العالميّة في المجال المهني الذي سيعمل فيه عند التخرّج وتقديم أداء الخريج في حقل العمل.
6. تحديد مدى ملاءمة المنهج الدراسي مع حاجات الحصول على إجازات مهنية (ترخيص مهني) من قبل جهات مهنية خارجية.

ويشير عبد السلام (2006) إلى أنَّ مناهج الجامعات والتخصصات يطغى عليها أسلوب الحفظ مع غياب عمليات التفكير والتحليل، والنقد والمقاربات، حيث يهدف التعليم لتقويم ما حفظه الطالب، مهملاً في ذلك المهارات التي بإمكانه توظيفها أو الجهود التي يستطيع بذلها في العديد من الحالات والمواقف الفكرية والمنطقية.

وعليه يستحسن قبل التفكير في التخطيط لمراحل تعليمية المواد التعليمية، الاهتمام ببعض النقاط التي تؤكّد: مدى قدرة البرامج على

الاستجابة السريعة والمرنة، وبرامج جيدة تتماشى مع التطور التكنولوجي، وتحوي مهارات تعمل على تنمية التعلم، ومدى ارتباط البرامج بالمشكلات البيئية والاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية، والإكثار من الجانب التطبيقي، وتشجيع البحث العلمي، والإكثار من المؤتمرات والملتقيات الدولية.

ومن الأسباب والمبرّرات التي توجّه اهتمام المتخصصين في المناهج إلى ضرورة تطويرها وإعادة النظر فيها، وأشار (الشافعي، الكثيري، وعثمان، 2006) تتمثل في الآتي: الأحداث والمشكلات والتطورات العالمية، الأحداث والمشكلات والتطورات الداخلية والمحلية، التطورات في المعرفة العلمية والتربوية والتكنولوجية، نتائج تقويم المناهج والعملية التعليمية والمشروعات القومية والدولية، تحديات العولمة .

ويرى عودة (2010) أنَّ المناهج يجب أن تكون وسيلة لاكتشاف شخصية الطالب، وتنمية القدرات الذاتية الموجودة لديه، وقادرة على خلق روح الإبداع والتميز لديه، وليس مجرد وسيلة للحصول على الشهادة، وأن تكون قادرة على توسيع مداركه، وآفاقه المعرفية، وأن تراعي حاجات الطالب بعد التخرج في ضوء حاجة المجتمع وسوق العمل، وأن تراعي المناهج الجانب المعرفي الواسع للطالب الخريج، بحيث يتخرج بمعرفة واسعة في مجال تخصصه، ومعرفة مناسبة في المجالات الأخرى.

ويؤكّد حسن (2001) أنّ المناهج هي ركيزة الانطلاق المرجوة للتغلب على كلّ الصعوبات الاقتصادية ومواكبة الواقع، فما تتطلبه سوق اقتصادية متطوّرة يمكن إدراجه في المناهج التي تستطيع أن تقدّم معطيات الأسواق العالمية ومنتجاتها، وخططها، وإستراتيجيات عملها على شكل مضامين معرفية، وبحوث وأنشطة؛ لتوسيع دائرة معرفة الطالب وإلمامه بالسوق العالمية، ومهارات متطورة تُمكّن الفرد من الانخراط بسهولة في سوق العمل، وتيسّر له سبل المنافسة مع القادم من بلاد أخرى.

لذا، بات من الضروري أن نكرس الجهود والطاقات اللازمة لمواجهة التحديات الجديدة التي ظهرت في تطوير المناهج، بحيث تستطيع مواكبة التطورات المعرفية، وتوظيف تكنولوجيا المعلومات بحيث تكون حلقة وصل بين النظرية والتطبيق القائم على التفاعل الإيجابي مع قضايا المجتمع المعاصرة لمواكبة عصر العولمة، وتراعي سوق العمل الذي أصبحت فيه المهن أكثر حداثة ومرتبطة بالتكنولوجيا واللغة الأجنبية للارتقاء بالتعليم لخدمة التنمية الشاملة (قنديل، 2004).

الدراسات السابقة

في ضوء الاطلاع على الدراسات المتعلقة بموضوع مدى مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لحاجات سوق العمل، وذلك من خلال البحث في الأدب النظري والملخصات العلمية والرسائل الجامعية، تبيّن أنَّ هناك عدداً من الدراسات ذات العلاقة بموضوع الدراسة، وفيما يأتي عرض لبعضها حسب تسلسل حدوثها من الأقدم إلى الأحدث:

أجرى روسين (Rosen، 2000) دراسة هدفت إلى استطلاع قدرات الطلبة الخريجين من معاهد البوليتكنك الأمريكية، ومدى تمكنهم من الانتقال إلى سوق العمل، واستخدم الباحث المنهج الوصفي، حيث تكوّنت عينة الدراسة من (200) طالباً تخرجوا حديثاً من هذه المعاهد، حيث تم استطلاع آرائهم من خلال استبانة وزِّعت عليهم عبر البريد الإلكتروني والعادي.

وتوصّلت الدراسة إلى أنَّه من الناحية العملية تُعدّ أوضاع التعليم البوليتكنك جيدة، لكنَّ إمكانية انتقال خريجيها إلى سوق العمل تبدو صعبة في بعض الميادين؛ لأنَّ هذه المؤسسات في الواقع غير مبنية على الاحتياجات الفعلية للمجتمع وسوق العمل.

أجـرى توتارو وسـيـمـون (Totaro &Simone، 2001) دراسـة هدفت إلى الكشف عن جوانب الوعي السياحي لدى طلبة جامعة ساني الذين يدرسون مساقات السياحة البيئية والثقافة السياحية في الولايات المتحدة الأمريكية، والتعرف على مدى تضمين المفاهيم التي تنمي الوعي السياحي لدى الطلبة في هذه المساقات، وتكوَّنت عينة الدراسة من (200) طالب وطالب، وطبّق مقياس الوعي السياحي على عينة الدراسة، الذي تكوّن من ثلاثة محاور: قيمة السياحة، وإدراك أهمية السياحة الداخلية، وأهمية السلوك الإيجابي نحو السائحين.

وقد أظهرت النتائج أنَّ الطلبة يعتقدون أنَّ السياحة وخاصة الداخلية، من أهمّ روافد الاقتصاد الوطني، وأنَّها مصدر مهمّ للدخل، وللتعريف بالثقافة الأمريكية، فضلاً عن كونها مصدراً لتعريف العالم بالثقافة الأمريكية.

أجـرى سـالم (Salim، 2001) دراسـة هدفت إلى تحـديد أسـبـاب عـدم التوافق بين كفاءات الخريجين وسوق العمل في غانا، إضافة إلى التعرف على نوع التدريب الذي يتلقّاه الطلبة في مؤسسات التعليم العالي، ولتحقيق أهداف الدراسة استخدم الأسلوب المسحي عبر تطبيق استبانة على عينة مكونة من (150) طالبًا في السنة الرابعة، و(30) خريجاً، و(55) ربّ عمل. وأُجريت مقابلات مع المعنيين في غانا والولايات المتحدة الأمريكية، وبعد تحليل نتائج الدراسة خلصت إلى أنَّ أسباب عدم التوافق بين مخرجات التعليم العالي في غانا وحاجات سوق العمل، يرجع إلى طبيعة إعداد المناهج الحالية، وقدّم أساليب التدريس، وضعف التدريب المقدم للخريج قبل الدخول لسوق العمل، وجهل الخريجين بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

وأجـرى بسـاشـريبـورس وفليـز (Psacharopoulos & Velez 2003) دراسـة هدفت إلى التعرّف على المؤشرات التي تؤكّد على دور مخرجات التعليم

العالي في سوق العمل في (بوجوتا بكولومبيا)، وتكوّنت عينة الدراسة من (4000) عامل، وقد استخدمت الاستبانة لجمع البيانات، وحلل الباحثان دور مخرجات التعليم العالي في بوجوتا من عدة جوانب مثل: مستوى التعليم، والدرجة الجامعية، ونوع الكلية، ونوعية الاختبارات التي خضع لها الخريجون. وحللت الدراسة أوضاع هؤلاء الخرّيجين في سوق العمل من خلال التعرف على مناصبهم الوظيفية والأجور والامتيازات التي يحصلون عليها، وأظهرت نتائج الدراسة أنَّ خريجي الكليات العلمية هم الذين يؤثّرون بشكل أكبر في القطاع الخاص، ويتلقّون أفضل الامتيازات والأجور.

وأجرى بوسبي (Busby، 2003) دراسة هدفت إلى التعرف على مفهوم السياحة المستديمة في مناهج التعليم العالي في بريطانيا، حيث أصبح مفهوم السياحة المستديمة مستخدماً بشكل متكرّر في الأعوام الأخيرة كمفهوم أساسي للتفكير في برامج تعليم السياحة الجامعية، وتناقش هذه الدراسة تصميم المناهج التي قامت جامعة بليموث البريطانية بتوفيرها للطلبة، كما تحدّد الوحدات التي من المحتمل أن تدمج بعض مظاهر هذا المفهوم، حيث تمّ تقديم النتائج من المسح القصير الذي تم إجراؤه على الطلبة في عامهم الأخير من دراستهم الجامعية حسب درجتهم في البرنامج، وقد تكوّنت عينة الدراسة من (61) طالباً وطالبةً، وقد أظهرت النتائج أنه أصبح لدى افراد الدراسة حس مستديم بأهمية السياحة في المناهج.

وأجرى عاشور (2005) دراسة هدفت إلى الكشف عن مخرجات التعليم الجامعي، ومدى ملاءمتها لاحتياجات سوق العمل في الأردن من حيث مخرجات برامج التعليم الجامعي، وحاجات واحتياجات سوق العمل الأردني من الكوادر البشرية المؤهلة، ومدى مواءمة برامج التعليم العالي الأردنية وعلاقتها بسوق العمل الأردني، وقد قام الباحث بدراسة مسحية لعدد من الدراسات والوثائق والبيانات حول موضوع الدراسة.

وقد أظهرت النتائج وجود زيادة مستمرة في أعداد الطلبة الملتحقين

بالجامعات الأردنية، نتيجة الزيادة المتنامية في عدد السكان، وإلى تدهور الأوضاع الاقتصادية على الصعيدين العربي والمحلي، وما صاحب ذلك من ازدياد في نسبة البطالة في سوق العمل الأردني، وذلك يدعو إلى إعادة النظر في مخرجات برامج التعليم الجامعي الأردني لتكون موائمة لاحتياجات سوق العمل الأردني.

وأجرى عبد الله (2006) دراسة هدفت إلى التعرّف على مدى مواءمة تخصصات البرنامج التأهيلي بقسم العلوم الإدارية في كلية المجتمع بالرياض بجامعة الملك سعود مع حاجات سوق العمل السعودي، وتكوّنت عينة الدراسة من (500) فرداً من شركات القطاع الخاص، كما تمَّ استطلاع آراء (10) من مدراء مكاتب التوظيف في مدينة الرياض، وقد تم استخدام الاستبانة كأداة للدراسة، وقد أظهرت نتائج الدراسة أنَّ أهمّ التخصصات التي رأى أفراد عينة الدراسة إضافتها لتخصصات البرنامج التأهيلي لسوق العمل بقسم العلوم الإدارية في كلية المجتمع بالرياض هي على الترتيب: المحاسبة ثم إدارة الأعمال، وأخيراً الاقتصاد، أهمية الربط بين الدراسة نظرية والتطبيق العملي للطلاب، أهمية إتقان خريجي البرنامج التأهيلي للغة الإنجليزية والحاسب الآلي معاً، وخاصة في القطاع الصناعي، والاهتمام بتدريس مقرّر أخلاقيات العمل.

وأجرى أنوي وولر وولانكفورد (Inui، Wheeler &Lankford، 2006) دراسة هدفت إلى التعرف على بعض المسائل المتعلقة بالتدريس السياحي في الجامعات الأمريكية، حيث استخدم الباحثان المنهج الوصفي، وأشار الباحثان إلى أنَّ التعليم السياحي في الجامعات يميل إلى التركيز على تزويد الطلبة بالقدرة الكافية للعمل في قطاع السياحة، وجاءت هذه الدراسة في محاولة لتعزيز الوعي للآراء والمسائل المهمة في التعليم السياحي، وذلك عن طريق اختبار اثنين من المناهج المستخدمة في تعليم المهن السياحية.

وناقشت هذه الدراسة التعليم السياحي من منظور فرص العمل، وكيفية تزويد الطلبة بالأساس الفلسفي والاجتماعي لتحسين إستراتيجيات اتخاذ القرار لديهم، إضافة إلى الإعداد المهني، وقد أظهرت النتائج أنَّ دور التعليم السياحي يُعدّ أكثر من معالجة أو تهيئة الطلبة، بل جعلهم قادرين على العمل في القطاع السياحي.

في حين أجرى أبو حمادة (2006) دراسة هدفت إلى معرفة مدى مواءمة خريجي مؤسسات التعليم العالي لحاجات سوق العمل من وجهة نظر الشركات السعودية بمنطقة القصيم، وكذلك تنمية الوعي لدى الخريجين بالمعوقات التي تواجههم في سوق العمل. وتكوّن مجتمع الدراسة من جميع مسؤولي التوظيف بالشركات الحكومية والخاصة بمنطقة القصيم، ولقد تألفت العينة من 384 مسؤول توظيف، ومثّلت 88 % من المجتمع الكلي. وأظهرت نتائج الدراسة عدم ملاءمة خريجي مؤسسات التعليم العالي لحاجات سوق العمل السعودي، ووجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين مدى مواءمة خريجي مؤسسات التعليم العالي لحاجات سوق العمل السعودي، وتفعيل توجه المملكة نحو السعودية.

وأوصت الدراسة بالتدريس الإجباري لمقرّر الحاسوب لجميع الطلبة، والربط بين البرامج الأكاديمية واحتياجات سوق العمل، وإنشاء مكاتب للتوجيه الوظيفي في الجامعات السعودية، والتوسع في البرامج التدريبية التي تسهم في مواءمة خريجي مؤسسات التعليم العالي لحاجات سوق العمل.

وأجرى القثمي (2007) دراسة هدفت إلى التعرف على قدرة برامج التدريب التحويلي المنفذة في مراكز خدمة المجتمع والتعليم المستمرّ في الجامعات وكليات التقنية السعودية على تحقيق المواءمة بين مخرجات المؤسسات التعليمية وحاجات سوق العمل السعودي، وتمّ استخدام المنهج الوصفي المسحي، وتكوّنت عينة الدراسة من ثلاث فئات، هم: أعضاء هيئة

التدريس في الجامعات والكليات التقنية، ومسؤولو التوظيف في القطاع الخاص، والدارسون في برامج خدمة المجتمع والتعليم المستمرّ في ثلاث مدن هي مكة وجدة والطائف.

وقد أظهرت نتائج الدراسة إشراك القطاع الخاص في إعداد البرامج التدريبية من أهمّ عوامل تحقيق المواءمة بين مخرجات التدريب وحاجات سوق العمل، وهناك نوعان من معيقات برامج التدريب، وهما: معوقات تتعلّق بالأنظمة واللوائح المعمول بها، ومعوقات مادية ومالية.

وقام كلّ من جولدبيرج وسميث (Goldberg & Smith، 2007) بدراسة، هدفت إلى التعرف على التأثير الذي تتركه نوعية التعليم، سواء المدرسي أم الجامعي على سوق العمل في الولايات المتحدة الأمريكية. ولتحقيق هدف الدراسة تمّ اتّباع منهجية البحث النوعي من خلال تحليل الوثائق، حيث قاما بجمع (6) دراسات أجريت حول الموضوع وتحليل الأدب النظري الأمريكي في نفس المجال.

وبعد تحليل الوثائق خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، منها: أنَّ الدراسات والبحوث الأمريكية حول الموضوع أثبتت جميعها أنَّ التعليم التخصصي الذي يتوافق مع حاجات السوق هو الذي يقدّم لسوق العمل موارد بشرية قادرة على التعامل مع السوق ومستجداته بمهنية وحرفية، وأنَّ لكل مرحلة دراسية دوراً مهماً في اتخاذ الطالب قراره المهني ونوعية المهنة التي سيلتحق بها مسبقاً، ممّا يترك نتائج إيجابية على المخرجات النهائية لسوق العمل، وأشارت الدراسة إلى أنَّ هناك تأثيراً لسنوات الدراسة الجامعية على سوق العمل.

أمّا دراسة العتيبي (2010) فهدفت إلى وصف وتحليل وتشخيص مشكلة عدم المواءمة أو التوافق بين مخرجات التعليم العالي في المملكة واحتياجات سوق العمل، والتعرف على حاجات قطاع الأعمال من مؤسسات التعليم العالي. وتمّ اتباع المنهج الوصفي التحليلي للبيانات والمعلومات التي تمّ

جمعها من كلّ من الدراسات المكتبية والدراسات الميدانية. كما تمّ التعرض للعديد من الإحصاءات والبيانات والمعلومات المنشورة عن التخصصات المتاحة في الجامعات، وأعداد المستجدين والمقيدين والمتخرجين منها طبقاً لمستوى التعليم العالي المتحقق.

ومن أهمِّ النتائج التي تمَّ الحصول عليها ضرورة توفير الحوافز للتخصصات التي تقابل احتياجات سوق العمل، وضرورة الاهتمام بالجودة النوعية للطلاب بتخريج كوادر ذوي قدرات ومهارات مناسبة، وضرورة إعادة النظر ومشاركة القطاع الخاص في تحديد المناهج الحالية في الجامعات.

وقام الأيوبي (2011) بدراسة هدفت إلى معرفة مدى ملاءمة خريجي التعليم العالي الفلسطيني لحاجات سوق العمل في ظلّ المتغيرات العالمية، وكان الهدف الرئيسي من الدراسة هو الوقوف على التحديات التي تواجه التعليم العالي في فلسطين، وأثر ذلك على سوق العمل. وعن أهمّ النتائج التي خلص إليها الباحث، هي وجود ثلاثة عشر تحدياً تواجه التعليم العالي، كان أهمها توسع الجامعات في قبول أعداد كبيرة من الطلبة يفوق إمكاناتها، دون الحاجة الفعلية للتخصصات المطلوبة في سوق العمل.

وحول التوصيات المقترحة لتنمية وتطوير التعليم العالي بما يتلاءم وحاجات سوق العمل، اقترح الأيوبي إعادة هيكلية البرامج الأكاديمية في الجامعات والكليات من خلال تطوير الأساليب المعتمدة في التدريس، وتزويد الطلبة بالعديد من المهارات اللغوية ومهارات استخدام الحاسوب، والعديد من المهارات التي تعتبر من الإجراءات التي يعتمد عليها في زيادة درجة المواءمة بين العرض من الخريجين وحاجات سوق العمل المحلية والإقليمية.

هدفت دراسة عيروط (2012) إلى التعرف على درجة مواءمة التخصصات والبرامج التي تقدمها كليتيا الأميرة عالية وعمان الجامعية

لحاجات سوق العمل الأردني، من وجهة نظر الطلبة أنفسهم، وعلاقة ذلك ببعض المتغيرات الديمغرافية، تمّ اختيار عينة عشوائية بلغ عددها (880) طالباً وطالبة، بنسبة مئوية مقدارها (0.10%) من مجتمع الدراسة الكلي، وقد تمّ توزيع الاستبيانات بالطريقة العشوائية، وقد تمّ استرجاع ما مجموعه (766) استبانة، ولتحقيق أهداف الدراسة، أعدّ الباحث استبانة تكوّنت بصورتها النهائية، بعد إجراءات الصدق والثبات من (49) فقرة، توزّعت على خمسة مجالات، هي: مواءمة أعداد الخريجين، توجيه الطلبة نحو حاجات سوق العمل، ومواءمة مهارات تقنية المعلومات لحاجات سوق العمل، والمهارات المعرفية والأدائية، تنمية الاتجاهات، للإجابة عن أسئلة الدراسة.

وتمَّ استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، وتحليل التباين الثلاثي، وقد أظهرت نتائج الدراسة الآتي: إنَّ درجة مواءمة التخصصات والبرامج التي تقدّمها كليتا الأميرة عالية، وعمان الجامعية لحاجات سوق العمل الأردني، من وجهة نظر الطلبة هي متوسطة، وقد حصلت على متوسط حسابي بلغ (68.2)، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية (0.05) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول درجة مواءمة التخصصات والبرامج التي تقدمها كليتا الأميرة عالية وعمان الجامعية، لحاجات سوق العمل الأردني، تعزى لأثر الجنس في جميع المجالات، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية (0.05) بين متوسطات استجابات أفراد عينة الدراسة حول درجة مواءمة التخصصات والبرامج التي تقدّمها كليتا الأميرة عالية وعمان الجامعية، لحاجات سوق العمل الأردني، تعزى لأثر التخصص في جميع المجالات، باستثناء مجالي مواءمة مهارات تقنية المعلومات لحاجات سوق العمل، وتنمية الاتجاهات.

وجاءت الفروق لصالح العلوم الإنسانية في مجال مواءمة مهارات تقنية المعلومات لحاجات سوق العمل، ولصالح العلوم العلمية في مجال تنمية

الاتجاهات، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية (0.05) تعزى لأثر السنة الدراسية في جميع المجالات، باستثناء مجالي مواءمة مهارات تقنية المعلومات لحاجات سوق العمل والمهارات المعرفية والأدائية، وجاءت الفروق لصالح السنة الرابعة.

هدفت دراسة الصمادي (2016) إلى الكشف عن المواءمة بين مخرجات التعليم العالي وسوق العمل في الأردن، وذلك من خلال الرجوع إلى الأدبيات المتعلقة بأعداد الخريجين من حملة الشهادات العليا، ومراجعة نسب البطالة الصادرة عن دائرة الإحصاءات العامة للعام 2014 – 2015، وقد استخدم الباحث المنهج الوصفي، كما تمّ استخدام الاستبانة كأداة للتعرف على أسباب عدم المواءمة من وجهة نظر الخريجين من حملة الشهادات العليا، حيث تمَّ تطبيق الاستبانة على عينة عشوائية مكوّنة من (180) خريجاً للعام 2015.

وقد أشارت النتائج إلى أنَّ أسباب عدم المواءمة بين مخرجات التعليم العالي وسوق العمل المحليّ التي تضمّنتها الاستبانة، كانت عالية من وجهة نظر أفراد العينة، وأشارت النتائج أيضاً إلى عدم وجود فروق في أسباب عدم المواءمة، تُعزى لمتغير الجنس في حين ظهرت فروق تبعاً لمتغير المستوى التعليمي، وكانت لصالح حملة الدكتوراه.

قام العبسي (2017) بدراسة هدفت إلى التعرّف على واقع كليات المجتمع في الجمهورية اليمنية من وجهة نظر القيادات الأكاديمية وأعضاء هيئة التدريس في كليات المجتمع، وأرباب العمل ومتخرجي كليات المجتمع، والتعرف على نماذج عالمية ناجحة لكليات المجتمع في الدول المتقدمة، وإعداد تصور مقترح لمواءمة مخرجات كليات المجتمع في الجمهورية اليمنية مع حاجات سوق العمل.

وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وأجريت الدراسة على خمس كليات مجتمع، وهي كليات مجتمع (صنعاء، عدن، سيئون، عبس، يريم)

وطبّقت الاستبانة كأداة للدراسة لجمع البيانات على عينة من (885) مشاركاً من قيادات كليات المجتمع، وأعضاء هيئة التدريس، ومتخرجين، وأرباب العمل، وتوصّلت الدراسة إلى نتائج أهمّها في مجال واقع كليات المجتمع في الجمهورية اليمنية، وفيما يتعلّق بمواءمة مخرجاتها مع حاجات سوق العمل، تبيّن وجود ضعف في الشراكة بين كليات المجتمع ومؤسسات سوق العمل فيما يخصّ تدريب الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، ووضع مناهج الكليات، كما أنَّ كليات المجتمع لا تحرص على متابعة خريجيها، وهناك ضعف مواكبة مناهجها لحاجات سوق العمل، كما أنَّ برامج كليات المجتمع لا تتّسم بالمرونة لكي تتواءم مع احتياجات سوق العمل.

يلاحظ من استعراض الدراسات السابقة أنَّ هناك دراسات سعت للكشف عن درجة ملاءمة مخرجات برامج التعليم العالي لحاجات سوق العمل، كدراسة عاشور (2005)، ودراسة عبد الله (2006)، ودراسة القثمي (2010)، ودراسة أبي حمادة (2006)، ودراسة العتيبي (2010)، ودراسة الأيوبي (2011)، ودراسة عيروط (2012)، ودراسة الصمادي (2016)، ودراسة العبسي (2017)، ودراسة (Rosen،2000).

كما أنَّ هناك دراسات سعت إلى الكشف عن مدى إسهام التعليم العالي في تنمية الموارد البشرية، ودراسة (Goldberg& Smith، 2007) ودراسة (Busby، 2003)، وهناك دراسة كشفت عن الوعي السياحي لدى طلبة الجامعة كدراسة (Totaro & simon، 2001).

أغلب الدراسات استخدمت المنهج الوصفي كدراسة (Rosen، 2000)، ودراسة الصمادي (2016)، ودراسة العبسي (2017)، وهناك دراسات استخدمت المنهج الوصفي المسحي، كدراسة عاشور (2005)، ودراسة القثمي (2007)، وهناك دراسات استخدمت المنهج الوصفي التحليلي، كدراسة العتيبي (2010)، جميع الدراسات استخدمت الاستبانة كأداة للدراسة، باستثناء الأيوبي (2011)، ودراسة العتيبي (2010)، ودراسة (Goldberg &

Smith) وهناك دراسات استخدمت تحليل الوثائق، كدراسة (Busby، 2003)، ودراسة (2001،Totaro& simone).

وأمّا هذه الدراسة، فإنَّها تتفق مع الدراسات التي تناولت موضوع المواءمة لمخرجات برامج التعليم العالي لحاجات سوق العمل بشكل عام، ولكنَّها من ناحية ثانية اتّخذت مساراً آخر حين جعلت جوهر درسها مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية مقترحة تصوراً لتطويرها، ولعلَّ هذه الوجهة الأخيرة هي التي تميز هذه الدراسة عن غيرها، وفضلاً عن ذلك اختلفت عن الدراسات السابقة في حجم العينة ومكان تطبيقها، حيث جعلت البيئة الأردنية السياحية الفضاء الجغرافي الذي طبّقت فيه نظريتها.

وليست هذه الدراسة بدعاً بين الدراسات السابقة، وإنّما هي استكمال لما بدأه الآخرون، حيث استفادت منها في بلورة مشكلة الدراسة وصياغة الفرضيات والأساليب الإحصائية المناسبة، ومناقشة نتائج الدراسة.

الفصل الثاني

الطريقة والإجراءات

الفصل الثاني
الطريقة والإجراءات

يتضمّن هذا الفصل وصفاً لمجتمع الدراسة وعينتها، والأداة المستخدمة في الدراسة، وإجراءات تطبقيها وتصحيحها، وكذلك وصفاً لكيفية تقييم صدقها وثباتها، وكذلك وصفاً للمعالجات الإحصائية التي تم اتباعها للإجابة عن أسئلة الدراسة.

منهج الدراسة: اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة البحث الوصفي التحليلي إضافة إلى البحث النوعي.

أفراد الدراسة: اشتملت عينة أفراد الدراسة على (500) فرد، موزّعين على (50) عضواً من أعضاء هيئة التدريس في الجامعة الأردنية (عمان والعقبة)، وكلية عمون السياحية الجامعية، وكلية العقبة الجامعية، و(410) أفراد من خريجي الكليات السياحية، و(40) فرداً من أرباب العمل، كما هو موضح في جدول تفصيل عينات أفراد الدراسة رقم (3):

جدول 3: تفصيل عينات أفراد الدراسة

الجامعة	الصفة	عدد العينة
الجامعة الأردنية / عمان	الهيئة التدريسية	8
الجامعة الأردنية / العقبة		12
جامعة البلقاء التطبيقية/ كلية العقبة الجامعية		10
جامعة البلقاء التطبيقية/ كلية عمون الجامعية التطبيقية		20
الجامعة الأردنية / عمان	خريجي الكليات السياحية	185
الجامعة الأردنية / العقبة		75
جامعة البلقاء التطبيقية/ كلية العقبة الجامعية		75
جامعة البلقاء التطبيقية/ كلية عمون الجامعية التطبيقية		75
أرباب العمل		40
المجموع		500

أداة الدراسة: وتقسم إلى قسمين:

أولاً: الاستبانة:

بعد الرجوع إلى الأدب السابق ذي الصلة بموضوع الدراسة، تمّ بناء استبانة تكوّنت من خمسة مجالات رئيسيةٍ: (مستوى الخريجين، تطوير البرامج الأكاديمية «المناهج»، وبرامج تدريب الخريجين، والتواصل مع الخريجين، خطط وبرامج الجامعة)، وتكوّن كلّ مجال من عدة فقرات فرعية: مجال مستوى الخريجين تكون من (7) فقرات، مجال تطوير البرامج الأكاديمية «المناهج» تكون من (7) فقرات، ومجال برامج تدريب الخريجين تكون من (5) فقرات، ومجال التواصل مع الخريجين تكون من (6) فقرات، ومجال خطط وبرامج الجامعة تكون من (5) فقرات، واحتوت

الاستبانة بصورتها النهائية على (29) فقرةً. انظر ملحق رقم ( )، واستناداً إلى الأدب السابق، تمّ تنظيم سلم الاستجابة لكلّ فقرة من خمسة تقديرات، مرتبةً تصاعدياً، موافق بشدة (5)، موافق (4)، محايد (3) غير موافق (2)، غير موافق بشدة (1).

صدق أداة الدراسة (الاستبانة):

تمّ التحقق من صدق الاستبانة من خلال عرضها على مجموعةٍ من عشرة أفراد من الخبراء والمختصين من حملة الدكتوراه في القياس والتقويم والمناهج والتدريس، من الجامعات الأردنية؛ للتأكّد من صدق محتوى الاستبانة، ومدى ملاءمتها لأهداف ومتغيرات الدراسة، والتحقق من سلامة العبارات، وتمّ تحكيم الأدوات من حيث: الدقة اللغوية، وأهمية كلّ فقرة، ومدى انتماء الفقرات لكلّ مجال في الاستبانة، وإضافة أي تعديلاتٍ أو فقراتٍ يرونها مناسبةً، وتمّ الأخذ بآراء المُحكّمين، وإجراء التعديلات التي تمّ اقتراحها.

ثبات أداة الدراسة (الاستبانة):

للتحقّق من ثبات أداة الدراسة، تمّ تطبيقها على عينة عشوائية مكونة من (15) فرداً، خمسة أعضاء هيئة تدريس من العاملين في الكليات السياحية، وعشرة خريجين من كليات السياحة نفسها، من خارج أفراد الدراسة، وذلك بطريقة الاختبار وإعادته، بفارق أسبوعين بين التطبيق الأول والثاني، ومن ثم تمّ حساب معامل الارتباط بيرسون، حيث بلغ (0.87)، كما تمّ حساب ثبات الاتساق الداخلي للفقرات باستخدام معادلة كرونباخ ألفا، وقد بلغ معامل الثبات المحسوب لأداة الدراسة (0.89)، ويمكن القول إنَّ معاملات الصدق والثبات المحسوبة جاءت مناسبة لأغراض هذه الدراسة.

ثانياً: المقابلات

حيث تمّ بناء أسئلة المقابلة من خلال مراجعة الأدب السابق، واشتملت أسئلة المقابلة على ستة أسئلة خاصة بالخريجين، وخمسة أسئلة خاصة بأرباب العمل، حيث تمّ إجراء مقابلات فردية مع كلّ شخص وحده من أرباب العمل والخريجين، وملحق رقم ( ) يوضح ذلك.

صدق المقابلات:

بعد كتابة أسئلة المقابلات تمّ عرضها على عدد من المحكمين المختصين في مجالات المناهج والتدريس، ومجال القياس والتقويم؛ للتحقّق من مدى صدقها الظاهري لمدى مناسبة السؤال للدراسة، ولمدى تغطية الأسئلة لمحاور الدراسة، ومدى سلامة الأسئلة من الناحية اللغوية، وقد أبدى المحكّمون العديد من الملحوظات، وكان من أهمّها التعديل في بعض الأسئلة التي تتصف بالغموض، وحذف بعض الأسئلة التي لا تتناسب مع مجالات الدراسة، وقد تمّ الأخذ بالمقترحات التي أشار إليها المُحكّمون.

خطوات إجراء المقابلات:

1. تمّ التنسيق المسبق مع قسم السياحة في الجامعة الأردنية، وجامعة عمون، لمقابلة أعضاء هيئة التدريس.
2. كانت الباحثة خلال المقابلة لكل فرد من أفراد الدراسة تعرف المشاركين بنفسها وبدراستها والهدف منها؛ وذلك لتكوين الألفة والتخفيف من التوتر، وكانت الباحثة تُطمئن المشاركين بالمحافظة على إخفاء هويتهم، وأنَّ ما يهمّ من المقابلة هو المعلومات المستقاة من إجاباتهم على الأسئلة.
3. تمّ تسجيل المقابلات لتسهيل نسخها، وتسجيل الملحوظات، وذلك في حال حدوث أي عطل أثناء سير المقابلة، ويعتبر نوعاً من الصدق

لمحتوى المقابلة، وكان معدّل كلّ مقابلة نصف ساعة تقريباً.

4. تمّت إعادة وتلخيص الآراء ووجهات النظر التي أدلى بها المشاركون؛ للتأكد من فهمها وتفسيرها بشكل صحيح.
5. المقابلات كانت بحضور الباحثة فقط، وكان دورها تعريف المشاركين بالباحثة، والدراسة، وأهدافها، وأهميتها، ومضمونها، وقد أجريت المقابلات معهم بشكل فردي.
6. خلال المقابلة فقد روعي الوضوح بطرح الأسئلة، والتكلّم بشكل واضح ومفهوم، والابتعاد عن المصطلحات الأكاديمية الغامضة، لم تقبل الباحثة كلّ ما يطرح في المقابلة من المرة الأولى، بل كانت تسأل بشكل انتقادي للتحقّق من صحة ما يقول المشاركون، وكانت تطلب دلائل واقعية تدعم ما قيل بهدف التحقق من صحة الكلام، كما تلت المقابلات لحظات صمت لإتاحة الفرصة للمشاركين التفكير بعمق في الأسئلة.
7. تمّ تلخيص الأفكار العامة للمقابلة، وإن كان لدى المشاركين أية أسئلة، علماً بأنّ الباحثة سجّلت جميع المقابلات، بالإضافة للملحوظات المكتوبة أثناء المقابلات.

تحليل البيانات النوعية:

اشتملت على المقابلات المسجلة مع الطلبة الخريجين العاملين في سوق العمل، ومع أرباب العمل، وقد استمرّ على امتداد فترة التطبيق الميداني التحليل الأولي، الذي تمّ فيه:

- نسخ كلّ مقابلة من المقابلات المسجلة.
- تحليل كلّ مقابلة تحليلاً أولياً، وترميزها باعتبارها حالة واحدة من خلال التحديد المبدئي للقضايا والأفكار الأساسية في المقابلة.

وبعد تحديد القضايا والأفكار الرئيسية لكلّ مقابلة، تمّ ترميز القضايا

والأفكار الرئيسية والفرعية، وتمّ تصنيف القضايا والمسائل والمواضيع الأساسية والفرعية التي بحثت في المقابلة حسب ارتباطها ببعضها بعضاً؛ من أجل كتابتها على شكل نقاط أساسية، واقتباس أجزاء تعبر عن مختلف الآراء، وكان يتمّ الرجوع إلى هذه الملخصات المصنفة عند كتابة النتائج، وليس نسخاً للمقابلات الأساسية، وعند الوصول إلى الافكار الرئيسية وضعت النسب كمؤشر على عدد تكرارها.

وفي المرحلة الأخيرة تمّ تفسير النتائج، من خلال كتابتها والتعليق عليها، والربط بين النتائج المختلفة التي تمّ التوصل إليها بطرق مختلفة، وباستخدام أدوات مختلفة، وملاحظة مدى الاتساق أو الاختلاف في هذه النتائج؛ تمهيداً لربطها معاً في جزء الاستنتاجات.

إجراءات الدراسة:

سارت هذه الدراسة وفق الإجراءات الآتية:

1. الاطلاع على الأدب السابق المتعلق بمتغيرات الدراسة، للإحاطة بما تناولته الدراسات السابقة حول متغيرات الدراسة، والنتائج التي توصّلت إليها تلك الدراسات؛ للاستفادة منها في بناء أدوات الدراسة، ومشكلة الدراسة، والأساليب الإحصائية للإجابة على أسئلة الدراسة.
2. اختيار أفراد الدراسة المتمثلين في أعضاء الهيئة التدريسية، والطلبة الخريجين من الكليات السياحية في الجامعتين الأردنية وعمون بأرباب العمل.
3. تطوير أداة الدراسة بقسميها لقياس درجة مواءمة برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية، إضافة إلى مقترح تصور لتطويرها والتأكد من دلالات صدقها وثباتها.
4. توزيع الاستبانات على أفراد الدراسة للإجابة عليها.

5. إجراء المقابلات مع كلّ من أرباب العمل والخريجين.

6. جمع البيانات وتصنيفها وتصحيحها وإدخالها البرنامج الإحصائي (SPSS)، وتحليلها إحصائياً، واستخراج النتائج.

7. مناقشة النتائج ووضع التوصيات.

المعالجة الإحصائية:

لمعالجة البيانات إحصائياً تمّ استخدام الوسائل الإحصائية الآتية:

1- للإجابة على السؤال الأول والثاني والثالث تمّ إيجاد المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والرتبة ودرجة الملاءمة، إضافة إلى الاستخدام الإحصائي (ت)، حيث تمّ تصنيف المتوسطات الحسابية إلى درجات مواءمة ثلاث (مرتفعة، ومتوسطة ومنخفضة)، كالتالي:

1. إذا كان المتوسط الحسابي يتراوح بين (1-2.33) درجة مواءمة منخفضة.

2. إذا كان المتوسط الحسابي يتراوح بين (2.34-3.67) درجة مواءمة متوسطة.

3. إذا كان المتوسط الحسابي يتراوح بين (3.68-5) درجة مواءمة مرتفعة.

2- للإجابة على السؤال الرابع تم اتباع طرق البحث النوعي لاستخلاص النتائج، وذلك عن طريق المقابلة للخريجين وأرباب العمل.

الفصل الثالث

نتائج الدراسة

الفصل الثالث
نتائج الدراسة

نتائج الدارسة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس

يتضمّن هذا الفصل عرضاً للنتائج التي توصّلت إليها هذه الدراسة من خلال الإجابة عن أسئلتها، وعلى النحو الآتي:

السؤال الأول: ما درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية؟

للإجابة على هذا السؤال تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية بشكل عام، ولكل مجال من مجالات أداة الدراسة، ويظهر الجدول (4) ذلك.

جدول 4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، في الجامعات الأردنية مرتبة تنازلياً

الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة المواءمة
1	مستوى الخريجين	3.93	0.59	1	مرتفعة
2	تطوير البرامج	3.74	0.61	2	مرتفعة
5	خطط وبرامج الجامعة	3.72	0.54	3	مرتفعة
3	تدريب الخريجين	3.70	0.60	4	مرتفعة
4	التواصل مع الخريجين	3.56	0.70	5	متوسطة
	المقياس ككل	3.73	0.50		مرتفعة

يلاحظ من الجدول (4) أنَّ درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، في الجامعات الأردنية كانت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.73) وانحراف معياري (0.50)، وجاءت مجالات الأداة في الدرجتين المرتفعة والمتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.56–3.93)، وجاء في الرتبة الأولى مجال «مستوى الخريجين»، بمتوسط حسابي (3.93) وانحراف معياري (0.59)، وبدرجة مرتفعة.

وفي الرتبة الثانية جاء مجال «تطوير البرامج» بمتوسط حسابي (3.74) وانحراف معياري (0.61) وبدرجة مرتفعة، وجاء في الرتبة قبل الأخيرة مجال «تدريب الخرِّيجين» بمتوسط حسابي (3.70) وانحراف معياري (0.60) وبدرجة مرتفعة، وجاء في الرتبة الاخيرة مجال «التواصل مع الخريجين» بمتوسط حسابي (3.56) وانحراف معياري (0.70) وبدرجة متوسطة، أما بالنسبة لفقرات كلّ مجال، فكانت النتائج على النحو الآتي:

1. مجال مستوى الخريجين:

تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية، لفقرات هذا المجال، والجدول (5) يوضّح ذلك.

جدول 5: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، في الجامعات الأردنية لمجال مستوى الخريجين مرتبة تنازلياً

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة المواءمة
3	تقدّم الكليات السياحية معارف ومهارات للخريجين تؤهلهم للالتحاق بسوق العمل.	4.19	0.87	1	مرتفعة
4	يمتلك خريج الكليات السياحية مهارات العمل بروح الفريق الواحد.	4.02	1.00	2	مرتفعة
6	تعمل الكليات السياحية على تفعيل العلاقة بين الطلبة ومؤسسات المجتمع المحليّ قبل الخروج إلى سوق العمل من خلال (التدريب العملي والزيارات).تتابع الكليات	3.95	0.86	3	مرتفعة

1	السياحية أداء خريجيها في المؤسسات التي يعملون فيها لتحديد نقاط القوة ومعالجتها.	3.91	1.25	4	مرتفعة
7	تزوّد الكليات السياحية خريجيها بمهارات الاتصال بما يخدم سوق العمل.	3.91	0.75	4	مرتفعة
2	تتابع الكليات السياحية بشكل قليل أداء خريجيها في المؤسسات التي يعملون فيها لتحديد نقاط الضعف ومعالجتها.	3.88	1.16	6	مرتفعة
5	توائم مخرجات التعليم احتياجات سوق العمل.	3.68	0.79	7	مرتفعة
	المجال ككل	3.93	0.59		مرتفعة

يلاحظ من الجدول (5) أنَّ درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، في الجامعات الأردنية لمجال مستوى الخريجين كانت مرتفعة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.93) وانحراف معياري (0.59)، وجاءت فقرات هذا المجال في الدرجة المرتفعة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.68–4.19)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (3) التي تنصّ على «تقدّم الكليات السياحية معارف ومهارات للخريجين تؤهلهم للالتحاق بسوق العمل»، بمتوسط حسابي (4.02) وانحراف معياري (0.87) وبدرجة مرتفعة، وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة (4) التي تنصّ على «يمتلك خريج الكليات السياحية مهارات العمل بروح الفريق الواحد» بمتوسط حسابي

(4.09) وانحراف معياري (1.00) وبدرجة مرتفعة.

وجاءت في الرتبة قبل الاخيرة الفقرة (2) التي تنصّ على «تتابع الكليات السياحية بشكل قليل أداء خريجيها في المؤسسات التي يعملون فيها لتحديد نقاط الضعف ومعالجتها»، بمتوسط حسابي (3.88) وانحراف معياري (1.16)، وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (5) التي تنصّ على «تُوائم مخرجات التعليم احتياجات سوق العمل» بمتوسط حسابي (3.68) وانحراف معياري (0.79) وبدرجة مرتفعة.

2. مجال تطوير البرامج:

تمَّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، في الجامعات الأردنية، لفقرات هذا المجال، والجدول (6) يوضّح ذلك.

جدول 6: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريسية في الجامعات الأردنية لمجال تطوير البرامج مرتبة تنازلياً

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة المواءمة
11	تعمل الكليات السياحية على مراجعة برامجها السياحية في ضوء متطلبات سوق العمل.	4.00	0.85	1	مرتفعة
13	تعمل الكليات السياحية على	3.90	0.97	2	مرتفعة

	تطوير برامجها بشكل مستمر بما يتناسب مع المتغيرات المتسارعة في سوق العمل.				
12	تربط الكليات السياحية مشاريع تخرج الطلبة بمؤسسات سوق العمل.	3.80	0.96	3	مرتفعة
8	تواكب برامج الكليات السياحية التغيرات والتطورات التكنولوجية في سوق العمل.	3.77	0.95	4	مرتفعة
10	تستعين الكليات السياحية بالمتخصصين والفنيين العاملين في المؤسسات السياحية وسوق العمل كمحاضرين في بعض الجوانب التطبيقية.	3.50	1.01	5	متوسطة
9	تستعين الكليات السياحية بذوي الخبرة من العاملين بالمؤسسات في وضع الخطط والبرامج التدريسية.	3.45	1.09	6	متوسطة
	المجال ككل	3.74	0.61		مرتفعة

يلاحظ من الجدول (6) أنَّ درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية لمجال تطوير البرامج كانت مرتفعة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.74) وانحراف معياري (0.61)، وجاءت

فقرات هذا المجال في الدرجتين المرتفعة والمتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.45– 4.00)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (11) التي تنصّ على «تعمل الكليات السياحية على مراجعة برامجها السياحية في ضوء متطلبات سوق العمل»، بمتوسط حسابي (4.00) وانحراف معياري (0.85) وبدرجة مرتفعة، وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة (13) التي تنصّ على «تعمل الكليات السياحية على تطوير برامجها بشكل مستمرّ بما يتناسب مع المتغيرات المتسارعة في سوق العمل»، بمتوسط حسابي (3.90) وانحراف معياري (0.97) وبدرجة مرتفعة.

وجاءت في الرتبة قبل الأخيرة الفقرة (10) التي تنصّ على «تستعين الكليات السياحية بالمتخصصين والفنيين العاملين في المؤسسات السياحية، وسوق العمل كمحاضرين في بعض الجوانب التطبيقية»، بمتوسط حسابي (3.50) وانحراف معياري (1.01)، وبدرجة متوسطة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (9) التي تنصّ على «تستعين الكليات السياحية بذوي الخبرة من العاملين بالمؤسسات في وضع الخطط والبرامج التدريسية»، بمتوسط حسابي (3.45) وانحراف معياري (1.09) وبدرجة متوسطة.

3. مجال خطط وبرامج الجامعة:

تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية، لفقرات هذا المجال، والجدول (7) يوضّح ذلك.

جدول 7: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية لمجال خطط وبرامج الجامعة مرتبة تنازلياً

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة المواءمة
26	تلائم نوعية البرامج المطروحة في الكليات السياحية حاجة سوق العمل.	3.85	0.96	1	مرتفعة
27	توفّر الكليات السياحية تخصصات تتلاءم مع حاجات سوق العمل.	3.82	0.74	1	مرتفعة
24	تستعين الكليات السياحية بالمعنيين من مؤسسات المجتمع المحليّ في إجراء الدراسات التطبيقية ذات الأهداف المشتركة.	3.77	0.97	3	مرتفعة
25	تُحدّث الكليات السياحية خططها الأكاديمية بناء على متطلبات سوق العمل.	3.73	0.96	4	مرتفعة
28	سياسة القبول في الكليات السياحية توائم بين الطلبة الملتحقين في التخصصات المختلفة وحاجة سوق العمل كماً ونوعاً.	3.57	0.91	5	متوسطة

29	تتميز برامج الكليات السياحية بالمرونة في الاستجابة لمتطلبات وحاجات سوق العمل.	3.55	0.79	6	متوسطة
	المجال ككل	3.72	0.54		مرتفعة

يلاحظ من الجدول (7) أنَّ درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية لمجال خطط وبرامج الجامعة كانت مرتفعة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.72) وانحراف معياري (0.54)، وجاءت فقرات هذا المجال في الدرجة المتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.55– 3.85)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (26) التي تنصّ على «تلائم نوعية البرامج المطروحة في الكليات السياحية حاجة سوق العمل»، بمتوسط حسابي (3.85) وانحراف معياري (0.96) وبدرجة مرتفعة.

وجاءت في الرتبة الثانية الفقرة (27) التي تنصّ على «توفّر الكليات السياحية تخصصات تتلاءم مع حاجات سوق العمل»، بمتوسط حسابي (3.82) وانحراف معياري (0.74) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الرتبة قبل الأخيرة الفقرة (28) التي تنصّ على «سياسة القبول في الكليات السياحية توائم بين الطلبة الملتحقين في التخصصات المختلفة، وحاجة سوق العمل كمّاً ونوعاً»، بمتوسط حسابي (3.57) وانحراف معياري (0.91)، وبدرجة متوسطة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (29) التي تنص على «تتميز برامج الكليات السياحية بالمرونة في الاستجابة لمتطلبات وحاجات سوق العمل»، بمتوسط حسابي (3.55) وانحراف معياري (0.79) وبدرجة متوسطة.

4. مجال تدريب الخريجين:

تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، في الجامعات الأردنية، لفقرات هذا المجال، والجدول (8) يوضّح ذلك.

جدول 8: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، في الجامعات الأردنية لمجال تدريب الخريجين مرتبة تنازلياً

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة المواءمة
14	يتلقّى خريجو الكليات السياحية تدريباً كافياً في سوق العمل قبل تخرجهم.	3.90	0.97	1	مرتفعة
17	تقدّم الكليات السياحية خدمات التدريب وفقاً لاحتياجات سوق العمل بالشراكة مع القطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني.	3.79	0.89	2	مرتفعة
16	تنمّي برامج الكليات السياحية المهارات التي تمكّن الخريجين من التعامل مع سوق العمل باحترافية.	3.71	0.97	3	مرتفعة

18	توفّر الكليات السياحية دورات تدريبية للطلبة تسهّل اندماجهم بسوق العمل.	3.59	1.02	4	متوسطة
15	تنوّع الكليات السياحية برامج التدريب لتفي بحاجة سوق العمل المحلي والإقليمي والدولي.	3.52	0.85	5	متوسطة
	المجال ككل	3.70	0.60		مرتفعة

يلاحظ من الجدول (8) أنَّ درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية لمجال تدريب الخريجين كانت مرتفعة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.70) وانحراف معياري (0.60)، وجاءت فقرات هذا المجال في الدرجتين المرتفعة والمتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.52 – 3.90)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (14) التي تنصّ على «يتلقّى خريجو الكليات السياحية تدريباً كافياً في سوق العمل قبل تخرجهم»، بمتوسط حسابي (3.90) وانحراف معياري (0.97) وبدرجة مرتفعة.

وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة (17) التي تنصّ على «تقدّم الكليات السياحية خدمات التدريب وفقاً لاحتياجات سوق العمل بالشراكة مع القطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدنيّ»، بمتوسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (0.89) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الرتبة قبل الأخيرة الفقرة (18) التي تنصّ على «توفّر الكليات السياحية دورات تدريبية للطلبة تسهّل اندماجهم بسوق العمل»، بمتوسط حسابي (3.59) وانحراف معياري (1.02)، وبدرجة متوسطة.

وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (15) التي تنصّ على «تنوّع الكليات السياحية برامج التدريب لتفي بحاجة سوق العمل المحليّ والإقليميّ والدوليّ»، بمتوسط حسابي (3.52) وانحراف معياري (0.85) وبدرجة متوسطة

.

5. مجال التواصل مع الخريجين:

تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية، لفقرات هذا المجال، والجدول (9) يوضّح ذلك.

جدول 9: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية لمجال التواصل مع الخريجين مرتبة تنازلياً.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة المواءمة
23	تتوافق مخرجات برامج الكليات السياحية مع متطلبات سوق العمل.	3.96	0.85	1	مرتفعة
22	تتواصل الكليات السياحية مع الخريجين وإعلامهم بالأنشطة عن طريق موقع الكلية ومواقع التواصل الاجتماعي.	3.75	0.96	2	مرتفعة

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	الدرجة
21	تتواصل الكليات السياحية مع النقابات المهنية في مجال تطوير مهارات الخريج لتناسب سوق العمل.	3.70	1.06	3	مرتفعة
19	توفّر الكليات السياحية قاعدة بيانات متكاملة عن الخريجين تشمل مجالات تخصصهم ومجالات عملهم.	3.20	1.16	4	متوسطة
20	تُجري الكليات السياحية دراسات ميدانية متخصصة عن أوضاع السياحة المحليّة بالتعاون مع الخريجين.	3.20	1.03	4	متوسطة
	المجال ككل	3.56	0.70		متوسطة

يُلاحظ من الجدول (9) أنَّ درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية لمجال التواصل مع الخريجين كانت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.56) وانحراف معياري (0.70)، وجاءت فقرات هذا المجال في الدرجتين المرتفعة والمتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.20 – 3.96)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (23) التي تنصّ على «تتوافق مخرجات برامج الكليات السياحية مع متطلبات سوق العمل»، بمتوسط حسابي (3.96) وانحراف معياري (0.85) وبدرجة مرتفعة.

وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة (22) التي تنصّ على «تتواصل الكليات السياحية مع الخريجين وإعلامهم بالأنشطة عن طريق موقع الكلية ومواقع

التواصل الاجتماعي» بمتوسط حسابي (3.75) وانحراف معياري (0.96) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الرتبة قبل الأخيرة الفقرة (21) التي تنصّ على «تتواصل الكليات السياحية مع النقابات المهنية في مجال تطوير مهارات الخريج لتناسب سوق العمل» بمتوسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (1.06)، وبدرجة مرتفعة.

وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرتان (19) التي تنصّ على «توفّر الكليات السياحية قاعدة بيانات متكاملة عن الخريجين تشمل مجالات تخصصهم ومجالات عملهم»، و(20) التي تنصّ على «تجري الكليات السياحية دراسات ميدانية متخصصة عن أوضاع السياحة المحلية بالتعاون مع الخريجين»، بمتوسط حسابي (3.20) وانحرافين معياريين (1.16) و(1.03) وبدرجة متوسطة.

نتائج الدارسة من وجهة نظر خريجي الكليات السياحية

السؤال الثاني: ما درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحة في الجامعات الأردنية؟

للإجابة على هذا السؤال، تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحة في الجامعات الأردنية بشكل عام، ولكلّ مجال من مجالات أداة الدراسة، ويُظهر الجدول (10) ذلك.

جدول 10: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة خريجي الكليات السياحة

الرقم	المجال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة المواءمة
1	مستوى الخريجين	3.72	0.77	1	مرتفعة
3	تدريب الخريجين	3.70	0.78	2	مرتفعة
2	تطوير البرامج	3.62	0.71	3	متوسطة
4	التواصل مع الخريجين	3.55	0.80	4	متوسطة
5	خطط وبرامج الجامعة	3.30	0.82	5	متوسطة
	المقياس ككل	3.58	0.61		متوسطة

يُلاحظ من الجدول (10) أنَّ درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحة كانت مرتفعة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.58) وانحراف معياري (0.61)، وجاءت مجالات الأداة في الدرجتين المرتفعة والمتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.30- 3.72)، وجاء في الرتبة الأولى مجال «مستوى الخريجين»، بمتوسط حسابي (3.72) وانحراف معياري (0.77) وبدرجة مرتفعة، وفي الرتبة الثانية جاء مجال «تدريب الخريجين» بمتوسط حسابي (3.70) وانحراف معياري (0.78) وبدرجة مرتفعة، وجاء في الرتبة قبل الأخيرة مجال «التواصل مع الخريجين» بمتوسط حسابي (3.55) وانحراف معياري (0.80) وبدرجة متوسطة، وجاء في الرتبة الأخيرة مجال «خطط وبرامج الجامعة» بمتوسط حسابي (3.30) وانحراف معياري (0.82) وبدرجة متوسطة، أمّا بالنسبة لفقرات كلّ مجال فكانت النتائج على النحو الآتي:

1. مجال مستوى الخريجين:

تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرُّتب، لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي كليات السياحة في الجامعات الأردنية، لفقرات هذا المجال، والجدول (11) يوضّح ذلك.

جدول 11: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحة لمجال مستوى الخريجين مرتبة تنازلياً

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة المواءمة
4	يمتلك خريج الكليات السياحية مهارات العمل بروح الفريق الواحد.	3.95	0.94	1	مرتفعة
3	تقدّم الكليات السياحية معارف ومهارات للخريجين تؤهلهم للالتحاق بسوق العمل.	3.85	1.03	2	مرتفعة
1	تتابع الكليات السياحية أداء خريجيها في المؤسسات التي يعملون فيها لتحديد نقاط القوة ومعالجتها.	3.84	1.12	3	مرتفعة
6	تعمل الكليات السياحية على تفعيل العلاقة بين الطلبة ومؤسسات المجتمع المحليّ قبل	3.75	0.99	4	مرتفعة

	الخروج إلى سوق العمل من خلال (التدريب العملي والزيارات).				
2	تتابع الكليات السياحية بشكل قليل أداء خريجيها في المؤسسات التي يعملون فيها لتحديد نقاط الضعف ومعالجتها.	3.60	1.13	5	متوسطة
5	توائم مخرجات التعليم احتياجات سوق العمل.	3.54	0.95	6	متوسطة
7	تزوّد الكليات السياحية خرِّيجيها بمهارات الاتصال بما يخدم سوق العمل.	3.54	1.01	6	متوسطة
	المجال ككل	3.72	0.77		مرتفعة

يُلاحظ من الجدول (11) أنَّ درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحيّة لمجال مستوى الخريجين كانت مرتفعة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.72) وانحراف معياري (0.77)، وجاءت فقرات هذا المجال في الدرجة المرتفعة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.54–3.95)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (4) التي تنصُّ على «يمتلك خريج الكليات السياحية مهارات العمل بروح الفريق الواحد»، بمتوسط حسابي (3.95) وانحراف معياري (0.94) وبدرجة مرتفعة.

وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة (3) التي تنصُّ على «تقدّم الكليات السياحية معارف ومهارات للخريجين تؤهّلهم للالتحاق بسوق العمل» بمتوسط

حسابي (3.85) وانحراف معياري (1.03) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الرتبة قبل الأخيرة الفقرة (2) التي تنصّ على «تتابع الكليات السياحية أداء خريجيها في المؤسسات التي يعملون فيها لتحديد نقاط الضعف ومعالجتها»، بمتوسط حسابي (3.60) وانحراف معياري (1.13)، وبدرجة متوسطة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرتان (5) التي تنصّ على «توائم مخرجات التعليم احتياجات سوق العمل»، و(7) التي تنصّ على «تزوّد الكليات السياحية خرّيجيها بمهارات الاتصال بما يخدم سوق العمل»، بمتوسط حسابي (3.54) وانحرافين معياريين (0.95) و(1.01) وبدرجة متوسطة.

2 مجال تدريب الخرّيجين:

تمَّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرّتب لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحيّة، لفقرات هذا المجال، والجدول (12) يوضِّح ذلك.

جدول 12: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحة لمجال تدريب الخريجين مرتبة تنازلياً

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة المواءمة
16	تُنمّي برامج الكليات السياحية المهارات التي تُمكّن الخريجين من التعامل مع سوق العمل باحترافية.	3.76	1.03	1	مرتفعة

17	تقدّم الكليات السياحية خدمات التدريب وفقاً لاحتياجات سوق العمل بالشراكة مع القطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني.	3.75	1.03	2	مرتفعة
14	يتلقّى خرّيجو الكليات السياحية تدريباً كافياً في سوق العمل قبل تخرّجهم.	3.68	1.08	3	مرتفعة
15	تنوّع الكليات السياحية برامج التدريب لتفي بحاجة سوق العمل المحليّ والإقليميّ والدوليّ.	3.66	1.07	4	متوسطة
18	توفّر الكليات السياحية دورات تدريبية للطلبة تسهّل اندماجهم بسوق العمل.	3.66	1.02	4	متوسطة
	المجال ككل	3.70	0.78		مرتفعة

يُلاحظ من الجدول (12) أنَّ درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحة لمجال تدريب الخريجين كانت مرتفعة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.70) وانحراف معياري (0.78)، وجاءت فقرات هذا المجال في الدرجتين المرتفعة والمتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.66 – 3.76)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (16) التي تنصُّ على «تنمّي برامج الكليات السياحية المهارات التي تُمكّن الخريجين من التعامل

مع سوق العمل باحترافية»، بمتوسط حسابي (3.76) وانحراف معياري (1.03) وبدرجة مرتفعة.

وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرة (17) التي تنصّ على «تقدّم الكليات السياحية خدمات التدريب وفقاً لاحتياجات سوق العمل بالشراكة مع القطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدنيّ»، بمتوسط حسابي (3.75) وانحراف معياري (1.03) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الرتبة قبل الأخيرة الفقرة (14) التي تنصّ على «يتلقّى خريجو الكليات السياحية تدريباً كافياً في سوق العمل قبل تخرجهم»، بمتوسط حسابي (3.68) وانحراف معياري (1.07)، وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرتان (15) التي تنصّ على «تنوّع الكليات السياحية برامج التدريب لتفي بحاجة سوق العمل المحليّ والإقليمي والدولي»، و(18) التي تنصّ على «توفّر الكليات السياحية دورات تدريبية للطلبة تسهّل اندماجهم بسوق العمل»، بمتوسط حسابي (3.66) وانحرافين معياريين (1.07)، و(1.02) وبدرجة متوسطة.

3 مجال تطوير البرامج:

تمَّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرّتب لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحيّة لفقرات هذا المجال، والجدول (13) يوضّح ذلك.

جدول 13: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحيّة لمجال تطوير البرامج مرتبة تنازلياً.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة المواءمة
11	تعمل الكليّات السياحيّة على مراجعة برامجها السياحية في ضوء متطلبات سوق العمل.	3.79	1.04	1	مرتفعة
8	تواكب برامج الكليات السياحية التغيرات والتطورات التكنولوجية في سوق العمل.	3.76	1.00	2	مرتفعة
13	تعمل الكليات السياحية على تطوير برامجها بشكل مستمرّ بما يتناسب مع المتغيرات المتسارعة في سوق العمل.	3.76	1.02	2	مرتفعة
12	تربط الكليات السياحية مشاريع تخرج الطلبة بمؤسسات سوق العمل.	3.68	0.94	4	مرتفعة
10	تستعين الكليات السياحية بالمتخصصين والفنيّين العاملين في المؤسسات السياحية وسوق العمل كمحاضرين في بعض الجوانب التطبيقية.	3.42	1.00	5	متوسطة

9	تستعين الكليات السياحية بذوي الخبرة من العاملين في المؤسسات في وضع الخطط والبرامج التدريسية.	3.33	1.07	6	متوسطة
	المجال ككل	3.62	0.71		مرتفعة

يلاحظ من الجدول (13) أنَّ درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحيّة لمجال تطوير البرامج كانت مرتفعة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.62) وانحراف معياري (0.71)، وجاءت فقرات هذا المجال في الدرجتين المرتفعة والمتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.33- 3.79)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (11) التي تنصُّ على «تعمل الكليات السياحية على مراجعة برامجها السياحية في ضوء متطلبات سوق العمل»، بمتوسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (1.04) وبدرجة مرتفعة.

وفي الرتبة الثانية جاءت الفقرتان (8) التي تنصُّ على «تواكب برامج الكليات السياحية التغيرات والتطوّرات التكنولوجية في سوق العمل»، (13) التي تنصُّ على «تعمل الكليات السياحية على تطوير برامجها بشكل مستمرّ بما يتناسب مع المتغيرات المتسارعة في سوق العمل»، بمتوسط حسابي (3.76) وانحرافين معياريين (1.00)، و(1.02) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الرتبة قبل الأخيرة الفقرة (10) التي تنصّ على «تستعين الكليات السياحية بالمتخصصين والفنيين العاملين في المؤسسات السياحية وسوق العمل كمحاضرين في بعض الجوانب التطبيقية»، بمتوسط حسابي (3.42) وانحراف معياري (1.00)، وبدرجة متوسطة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (9) التي تنصّ على «تستعين الكليات السياحية بذوي الخبرة من

العـاملـين بالمؤسـسـات في وضـع الخـطـط والبـرامج التـدريسـيـة»، بمتـوسـط حسابي (3.33) وانحراف معياري (1.07) وبدرجة متوسطة.

4. مجال التواصل مع الخريجين:

تمَّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرُّتب لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحة لفقرات هذا المجال، والجدول (14) يوضِّح ذلك.

جدول 14: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرّتب ودرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحة لمجال التواصل مع الخريجين مرتبة تنازلياً.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة المواءمة
21	تتواصل الكليات السياحية مع النقابات المهنية في مجال تطوير مهارات الخريج لتناسب سوق العمل.	3.79	1.06	1	مرتفعة
22	تتواصل الكليات السياحية مع الخرّيجين وإعلامهم بالأنشطة عن طريق موقع الكلية ومواقع التواصل الاجتماعي.	3.72	0.99	2	مرتفعة
23	تتوافق مخرجات برامج الكليات	3.45	0.98	3	متوسطة

	السياحية مع متطلبات سوق العمل.				
19	توفّر الكليات السياحية قاعدة بيانات متكاملة عن الخريجين تشمل مجالات تخصصهم ومجالات عملهم.	3.42	1.17	4	متوسطة
20	تُجري الكليات السياحية دراسات ميدانية متخصّصة عن أوضاع السياحة المحليّة بالتعاون مع الخرّيجين.	3.39	1.09	5	متوسطة
	المجال ككل	3.55	0.80		متوسطة

يُلاحظ من الجدول (14) أنَّ درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحة لمجال التواصل مع الخريجين كانت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.55) وانحراف معياري (0.80)، وجاءت فقرات هذا المجال في الدرجتين المرتفعة والمتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.39– 3.79)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (21) التي تنصُّ على «تتواصل الكليات السياحية مع النقابات المهنية في مجال تطوير مهارات الخريج لتناسب سوق العمل»، بمتوسط حسابي (3.79) وانحراف معياري (1.06) وبدرجة مرتفعة.

وفي الرُّتبة الثانية جاءت الفقرة (22) التي تنصُّ على «تتواصل الكليات السياحية مع الخريجين وإعلامهم بالأنشطة عن طريق موقع الكلية ومواقع التواصل الاجتماعي»، بمتوسط حسابي (3.72) وانحراف معياري (0.99)

وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الرتبة قبل الأخيرة الفقرة (19) التي تنصّ على «توفّر الكليات السياحية قاعدة بيانات متكاملة عن الخريجين تشمل مجالات تخصصهم ومجالات عملهم»، بمتوسط حسابي (3.42) وانحراف معياري (1.17)، وبدرجة متوسطة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (20) التي تنصُّ على «تُجري الكليات السياحية دراسات ميدانية متخصصة عن أوضاع السياحة المحلية بالتعاون مع الخريجين»، بمتوسط حسابي (3.39) وانحراف معياري (1.09) وبدرجة متوسطة.

5. مجال خطط وبرامج الجامعة:

تمّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرُّتب لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحة لفقرات هذا المجال، والجدول (15) يوضِّح ذلك.

جدول 15: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب ودرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحة لمجال خطط وبرامج الجامعة مرتبة تنازلياً.

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة المواءمة
27	توفّر الكليات السياحية تخصّصات تتلاءم مع حاجات سوق العمل.	3.69	0.98	1	مرتفعة
25	تحدث الكليات السياحية	3.30	1.18	2	متوسطة

	خططها الأكاديمية بناءً على متطلبات سوق العمل.				
24	تستعين الكليات السياحية بالمعنيين من مؤسسات المجتمع المحليّ في إجراء الدراسات التطبيقية ذات الأهداف المشتركة.	3.22	1.10	3	متوسطة
26	تُلائم نوعية البرامج المطروحة في الكليات السياحية حاجة سوق العمل.	3.20	1.03	4	متوسطة
28	سياسة القبول في الكليات السياحية توائم بين الطلبة الملتحقين في التخصصات المختلفة وحاجة سوق العمل كمّاً ونوعاً.	3.20	1.03	5	متوسطة
29	تتميّز برامج الكليات السياحية بالمرونة في الاستجابة لمتطلبات وحاجات سوق العمل.	3.17	1.13	6	متوسطة
	المجال ككل	3.30	0.82		متوسطة

يلاحظ من الجدول (15) أنَّ درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحيّة لمجال خطط وبرامج الجامعة كانت متوسطة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.30) وانحراف معياري (0.82)، وجاءت فقرات هذا المجال في الدرجتين المرتفعة والمتوسطة، إذ تراوحت المتوسطات الحسابية

بين (3.17–3.69)، وجاءت في الرتبة الأولى الفقرة (27) التي تنصُّ على «توفّر الكلّيّات السياحيّة تخصصات تتلاءم مع حاجات سوق العمل»، بمتوسط حسابي (3.69) وانحراف معياري (0.98) وبدرجة مرتفعة، وجاءت في الرتبة الثانية الفقرة (25) التي تنصّ على «تحدث الكليات السياحية خططها الأكاديمية بناء على متطلبات سوق العمل»، بمتوسط حسابي (3.30) وانحراف معياري (1.18)، وبدرجة متوسطة.

وجاءت في الرتبة قبل الأخيرة الفقرة (28) التي تنصُّ على «سياسة القبول في الكليات السياحيّة توائم بين الطلبة الملتحقين في التخصصات المختلفة وحاجة سوق العمل كماً ونوعاً»، بمتوسط حسابي (3.20) وانحراف معياري (1.03)، وبدرجة متوسطة، وجاءت في الرتبة الأخيرة الفقرة (29) التي تنصُّ على «تتميّز برامج الكليات السياحية بالمرونة في الاستجابة لمتطلبات وحاجات سوق العمل»، بمتوسط حسابي (3.17) وانحراف معياري (1.13) وبدرجة متوسطة.

السؤال الثالث: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائيّة عند مستوى الدلالة (α<0.05) بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية، وبين خريجي الكليات السياحة حول درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل؟

للإجابة عن هذا السؤال تمَّ حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد الدراسة من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية، وخريجي الكليات السياحيّة حول درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل، كما تمّ تطبيق اختبار (t-test) ويظهر الجدول (16) ذلك.

جدول 16: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد الدراسة حول درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل، واختبار (t-test).

الموقع الوظيفي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	مستوى الدلالة
أعضاء هيئة تدريس	50	3.73	0.50	0.988	0.297
خريج الكليات السياحة	410	3.58	0.61		

تُشير النتائج في الجدول (16) إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى (α<0.05) في استجابات أفراد الدراسة من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية، وخريجي الكليات السياحة حول درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل استناداً إلى قيمة (ت) المحسوبة، إذ بلغت (0.988) وبمستوى دلالة (0.297) للدرجة الكلية للمقياس.

التحليل النوعيّ لأسئلة المقابلة:

قامت الباحثة بالتحليل النوعي لإجابات أسئلة المقابلات مع الخريجين، وأرباب العمل على النحو التالي:

أولاً: التحليل النوعيّ لأسئلة المقابلة مع الخرّيجين:

أجاب عن أسئلة المقابلة خمسة خريجين، ويعمل الأول منهم مدير فندق من مستوى ثلاث نجوم في مدينة العقبة، ويعمل الثاني موظف استقبال في فندق أربع نجوم في مدينة العقبة، فيما يملك الخريج الثالث محلاً للتحف والأدوات السياحية، وأمّا الخرِّيج الرابع فيعمل دليلاً سياحيّاً، وأمّا الخريج

الأخير وهو الخامس، فيعمل موظّفاً في مطعم سياحي، وفيما يلي التحليل النوعي لإجاباتهم عن أسئلة المقابلة:

السؤال الأول: ما نقاط القوة لدى الخرّيجين في البرامج السياحية؟

جاءت الإجابات على النحو التالي:

أجاب الأول بأنَّ أهمَّ نقاط القوة هي: «الإلمام بالجانب النظريّ الأكاديمي، وامتلاك مهارة العمل ضمن فريق اتخاذ القرار، تحمّل المسؤولية تحمّل ضغوط العمل»، فيما أجاب الخرّيج الثاني بأنَّ نقاط القوة هي «التعامل بروح الفريق، وتحمّل ضغوط العمل، وحسن الاستقبال»، وأجاب الخرّيج الثالث بأنَّها «الإلمام بالجانب الأكاديمي، وامتلاك الخريجين مهارات حياتية مثل اتخاذ القرار، وتحمّل المسؤولية، وحلّ المشكلات»، فيما أجاب الخرّيج الرابع، فقال: امتلاكه للمهارات المعرفية والنظرية، والانضباط السلوكي لدى الخريجين، والقدرة على استخدام المخزون المعرفيّ لحلِّ المشكلات»، أمّا الخريج الخامس فقد اقتصرت إجابته على «الإلمام بالجانب الأكاديمي فقط». ويُلاحظ أنَّ معظم الخرجين ركّزوا على نقطة القوة التي تنصُّ على «الإلمام بالجانب النظري الأكاديمي».

السؤال الثاني: ما نقاط الضعف لدى الخرِّيجين في البرامج السياحية؟

جاءت الإجابات على النحو التالي:

أجاب الأول بأنَّ أهمَّ نقاط الضعف هي: «الضعف العام في اللغة الإنجليزية، وضعف التعامل بروح الفريق، وضعف الخريجين في كيفية التعامل مع السائح وحسن الاستقبال»، فيما أجاب الخريج الثاني، فقال: «ضعف في مهارات الحاسوب، وضعف في اللغة الإنجليزية، وضعف في مهارات التواصل»، وأجاب الخريج الثالث يرى بأنَّها «ضعف في مهارات التواصل، وضعف في مهارات اللغة الإنجليزية، وضعف في مهارات

الحاسوب، وضعف في كيفية التعامل مع السائح»، فيما أجاب الخرّيج الرابع: «ضعف في اللغة الأجنبية، وضعف في مهارات التواصل، وعدم الإلمام بالحاسوب، وضعف القدرة التحليلية».

أمّا الخرّيج الخامس فقد اقتصرت إجابته على «ضعف التحدّث باللغة الإنجليزية، وضعف التواصل والاتصال»، يُلاحظ أنَّ معظم الخرّجين متفقين على أنَّ أبرز نقاط الضعف تتمثّل في اللغة الإنجليزية ومهارات التواصل ومهارات الحاسوب.

السؤال الثالث: كيف يمكن تطوير البرامج السياحية لتتناسب مع حاجات سوق العمل؟

جاءت الإجابات على النحو التالي:

أجاب الخريج الأول: «تنمية الثقافة السياحية لدى الخريجين من خلال الندوات والمؤتمرات، وإنشاء قاعدة بيانات عن حاجات سوق العمل من أجل استحداث مواد تلبّي حاجات سوق العمل»، فيما أجاب الخرّيج الثاني «تستحدث الكليات السياحية تخصصات تتلاءم مع حاجات المجتمع وسوق العمل، وتقوم الكليات السياحية بمراجعة دورية ومستمرة للبرامج والمناهج التعليمية في ضوء مطالب سوق العمل»، وأجاب الخريج الثالث: «استحداث تخصصات جديدة تُلبّي حاجات سوق العمل، وتطوير البرامج السياحية وفقاً لاحتياجات سوق العمل، وإدخال تكنولوجيا المعلومات في التعليم».

فيما أجاب الخرِّيج الرابع: «استحداث مواد جديدة تلبّي حاجات سوق العمل، وتطوير المناهج بشكل دوري لتواكب متغيرات العصر وحاجات سوق العمل، ودعم البحث العلمي وعقد الندوات والمؤتمرات لتطوير البرامج السياحية»، أمّا الخرّيج الخامس، فقال: «زيارات ميدانية، وتطوير المناهج والتدريب خلال فترة الدراسة». يلاحظ أنَّ معظم الخرجين متفقين على أهمية المراجعة الدورية في كليات السياحة لمناهجها وتطويرها.

السؤال الرابع: هل توفّر الكليات السياحيّة تسويقاً لخرّيجيها في سوق العمل؟

جاءت الإجابات على النحو التالي:

أجاب الخرّيج الأول: «لا توفّر الكليّات السياحيّة تسويقاً لخرّيجيها في سوق العمل؛ لأنَّه لا توجد قنوات اتصال بين الجامعة والخريجين، وبين الجامعة وسوق العمل»، في ما أجاب الخريج الثاني: «توفّر الكليات السياحية تسويقاً لخريجيها في سوق العمل، والخريجين وبين الجامعة وسوق العمل»، وأجاب الخريج الثالث: «لا توفّر أية تسويق لخريجيها»، فيما أجاب الخريج الرابع: «نعم توفّر من خلال ربط التعليم بسوق العمل وتزويد الفرد بالمهارات والمعارف الأساسية الضرورية لإعداد العامل المتعدد المهارات»، أمّا الخرّيج الخامس، فقال: «لا توفّر مطلقاً». يلاحظ أنَّ معظم الخرجين متفقين على عدم توفير الكليات السياحية تسويقاً لخريجيها في سوق العمل.

السؤال الخامس: هل تزيد دراستك للبرامج السياحية في الجامعات الأردنية فرصة الحصول على العمل؟

جاءت الإجابات على النحو التالي:

أجاب الخريج الأول: «تزيد البرامج السياحية في الجامعة فرصة الحصول على العمل من خلال تزويدها الفرد بالمهارات والمعارف الأساسية لإعداد الطالب لسوق العمل»، فيما أجاب الخريج الثاني: «نعم تزيد دراسة البرامج السياحية في الجامعات الأردنية فرصة الحصول على العمل؛ لأنَّها تقدّم للطالب خدمات التدريب والتطوير وفقاً لحاجات السوق، وتزوّد الطالب بالمهارات اللازمة لسوق العمل»، وأجاب الخريج الثالث: «نعم تزيد دراسة البرامج السياحية فرصة الحصول على العمل كونها تزوّد الفرد بالمعارف والمهارات اللازمة لإعداد الطالب لسوق العمل».

فيما أجاب الخريج الرابع: «نعم لأنَّ هذه البرامج تزوّدنا بالمهارات اللازمة لسوق العمل وتُكسبنا خبرة من خلال البرامج التدريبية وورشات العمل»، أمّا الخرّيج الخامس، فقال: «تزيد نوعاً ما لقلة امتلاك المهارات والمعارف المؤهلة للحصول على فرصة عمل». يُلاحظ أنَّ معظم الخرجين متفقين على أنَّ البرامج السياحية تزيد فرصة الحصول على العمل من خلال تزويد الطالب بالمهارات والمعارف اللازمة لسوق العمل.

السؤال السادس: ما المقترحات التي تراها مناسبة لتطوير البرامج السياحية لتحقيق حاجات سوق العمل والتغلّب على معيقاته؟

جاءت الإجابات على النحو التالي:

أجاب الخرّيج الأول: «تطوير المناهج لتكون متلائمة لمتطلبات سوق العمل واستيعاب متغيرات العصر، وتنمية طرق التفكير العلمي والناقد، وحلّ المشكلات، والاستفادة من تجارب الدول المتقدمة في وضع المناهج، وإشراك أصحاب الخبرة والاختصاص من القطاعات الخاصة والعامة في تطوير المناهج والتدريب والتأهيل المستمرّ، بالشراكة مع مؤسسات سوق العمل»، فيما أجاب الخرّيج الثاني: «توفّر الكليات السياحية برامج تدريب للطلبة تسهّل اندماجهم بسوق العمل، وتستعين الكليات السياحية بذوي الخبرة من العاملين بالمؤسسات في وضع الخطط والمناهج، وتتواصل الجامعة مع النقابات المهنية في مجال تطوير مهارات الخريج لتناسب سوق العمل».

وأجاب الخرّيج الثالث: «تطوير المناهج بما يتناسب مع احتياجات سوق العمل، والتواصل مع الخريجين بعد التحاقهم بسوق العمل، والتطوير المستمرّ للبرامج والمناهج السياحية ومستويات الأداء المهني وفقاً لاحتياجات السوق وتطوراته التقنية، وربط التدريب بحاجات سوق العمل، والمراجعة المستمرة للتعليم في ضوء التغيرات والتطورات الجديدة»، فيما أجاب

الخرّيج الرابع: «تطوير المناهج لتواكب متغيرات العصر، واستخدام وسائل وطرق تدريس حديثة تعتمد على التفكير الإبداعي وحلّ المشكلات، وعقد شراكة حقيقية مع مؤسسات سوق العمل من أجل إيجاد آليّات المواءمة في تخريج طلبة يمتلكون المهارات والكفايات اللازمة لسوق العمل، والاستعانة بأصحاب الاختصاص والخبرة في سوق العمل كمحاضرين في بعض الجوانب التطبيقية».

أمّا الخريج الخامس، فقال: «عدم فرض رسوم على الزوار من أهل البلد، وتقليل التكلفة من خلال تخفيض الأجور والإعفاءات الجمركية، وتخفيض أسعار السلع». يُلاحظ أنَّ معظم الخرِّجين متفقين على أنَّ تطوير المناهج لتناسب سوق العمل واستيعاب متغيرات العصر من أهمِّ المقترحات.

ثانياً: التحليل النوعي لأسئلة المقابلة مع أرباب العمل:

أجاب عن أسئلة المقابلة اثنا عشر فرداً من أرباب العمل، والأول صاحب فندق في مدينة العقبة، والثاني صاحب مطعم سياحي في مدينة العقبة، والثالث مالك لشركة سياحية في عمان، والرابع مالك لفندق في عمان، أمَّا الخامس فصاحب متنزه سياحي في ناعور، والسادس مالك لمخيم سياحي في ضانا، والسابع شريك في شركة سياحية في العقبة، وفيما يلي التحليل النوعي لإجاباتهم عن أسئلة المقابلة:

السؤال الاول: ما مدى تحقيق خريجي الكليات السياحية للداء الوظيفي في سوق العمل؟

جاءت الإجابات على النحو التالي:

أجاب الأول: «ضعيف والخريج غير مُلمّ بالجوانب السياحية الداخلية والخارجية»، وقال الثاني: «دون المستوى المطلوب، فهم في حاجة إلى مهارات لغوية ومعرفية وشخصية للاندماج في سوق العمل»،

وأمّـا الثـالث فـأجـاب: «أداء مـتـدنٍّ، والخـريج غـيـر ملمّ بالجـوانب السيـاحيـة»، وقـال الرابع: «مسـتوى جيـد للخريج للداء الوظيفي كونه يتـمـتع بمهـارات لغوية ومـعـرفيـة وشـخـصيـة»، وأمـا الخـامس فـقـال: «ضعيف»، وقال السادس: «ضعيف والخرّيج غير مُلمّ بالثقافة السياحية وبحـاجـة لامتـلاك مـهـارات ومعـارف تُمكّنه من الأداء الوظيـفي»، وأمَّـا السـابع فكانت إجـابتـه: «دون المتـوسط، فـهـم في حـاجـة إلى امـتـلاك مـهـارات ومـعـارف تمكنهم من الاندمـاج في سـوق العـمل». يُلاحظ أنَّ مـعظم أرباب العـمل مـتـفـقين على أنَّ مسـتـوى الأداء الوظيـفي للخـريج ضعـيف أو مـتـدنٍّ وغيـر ملمّ بالجوانب السـيـاحيـة، وهو في حـاجـة إلى مهارات لغوية ومعرفية وشخصية للاندماج في سوق العمل.

السؤال الثاني: كيف يمكن إيجاد تواصل بين الكليات السياحية وخريجيها في الجامعات الأردنية وسوق العمل (متابعة الخريجين في سوق العمل)؟

جاءت الإجابات على النحو التالي:

أجـاب الأول: «بناء قـاعـدة بيـانات من الخـريجين تشـتـمل تخـصصـاتهم ومعـدلاتهم ومكان عـملهم، وتحـديث بيـانات الخـريج بشكل دائم ومـسـتـمر، والتـواصل مع الخـريجين عـبـر وسـائل الاتصـال المخـتلفـة»، وقـال الثـاني: «إرسـال مـعلومـات كلّ دفـعـة خـريجـين إلى الشـركـات السيـاحـيـة بأسـمـائهم ومعدلاتهم، والتدريب فـترة تخرجهم حتى يلمّ بالسيـاحة بشكل سليم»، وأمَّا الثـالث فـأجـاب: «بناء قـاعـدة بيـانـات عن الخـريجين وإرسـالهـا إلـى الفنادق والشركـات السياحيـة، وإنشاء مواقع على الإنتـرنت للتواصل ما بين الجامعة وخـريجـيـهـا وسـوق العـمل»، وقـال الرابع: «إنشـاء خطّ اتصـال بين الطلبـة والجـامـعـة وأرباب العـمل، والتـواصل عن طريق الإنتـرنت، وإنشـاء قـاعـدة بيانات عن الخريجين وإرسالها إلى الفنادق والمكاتب السياحية».

وأما الخامس فقال: «قاعدة بيانات للخريجين متكاملة تشتمل مجالات

تخصصهم ومجالات عملهم، ومعرفة نقاط القوة والضعف لدى الخريج من خلال التواصل مع مسؤوليهم المباشرين في العمل، والتواصل مع الخريجين عن طريق مواقع الجامعة ومواقع التواصل الاجتماعي، وعقد دورات لتأهيل الخريجين للمنافسة في سوق العمل والتنسيق مع المؤسسات التدريبية». وقال السادس: «إرسال معلومات عن الخرّيجين ومعدلاتهم إلى الشركات السياحية والفنادق، والتواصل مع الخريجين عبر وسائل الاتصال»، أمّا السابع فكانت إجابته: «بناء قاعدة بيانات عن الخريجين تشتمل تخصصهم ومعدلاتهم ومكان عملهم، وتحديث بيانات الخريج بشكل دائم ومستمر، والتواصل مع الخريجين عبر وسائل الاتصال المختلفة». يلاحظ أنَّ معظم أرباب العمل متفقين على التواصل الدائم مع الخريجين عبر وسائل الاتصال المختلفة.

السؤال الثالث: من وجهة نظرك هل تقدّم البرامج السياحية في الجامعات الأردنية حلولاً لمشكلات القطاع السياحي؟

جاءت الإجابات على النحو التالي:

أجاب الأول: «لا تقدّم حلولاً»، وقال الثاني: «لا تقدّم أيّة حلول، فهي بحاجة إلى إعادة برامجها وتحديثها للتصدي للمعوقات التي تواجه القطاع السياحي، ووضع الحلول المناسبة». وأما الثالث فأجاب: «لا تقدّم حلولاً، الخريجون بحاجة إلى مهارات معرفية ولغوية وتواصل»، وقال الرابع: «لا تقدّم حلولاً»، وأمّا الخامس فقال: «لا لم أرَ أيَّ حلول للمشكلات من قبلهم»، وقال السادس: «لا تقدّم أية حلو»، أما السابع فكانت إجابته: «لا تقدّم حلولاً». يُلاحظ أنَّ معظم أرباب العمل متفقين على أنَّ البرامج السياحية في الجامعات الأردنية لا تقدّم حلولاً.

السؤال الرابع: برأيك لو كنت صاحب قرار فكيف يمكن أن تحسّن من أداء الخريجين في الكليات السياحية في الجامعات الأردنية؟

جاءت الإجابات على النحو التالي:

أجاب الأول: «تدريب الخرّيجين وتعليم الخريج كيفية التعامل مع السياح والأماكن السياحية»، وقال الثاني: «التركيز على الجانب العملي، والتدريب خلال فترة الدراسة، والشراكة الحقيقية مع القطاع الخاص»، وأمّا الثالث فأجاب: «تطوير المناهج وتحديثها باستمرار لتواكب متطلبات العصر وحاجات سوق العمل، والتركيز على الجانب التطبيقي، وتدريب الخريجين في فترة الدراسة من خلال ورشات العمل والندوات والمؤتمرات»، وقال الرابع: «إيجاد قاعدة بيانات حول متطلبات سوق العمل من مختلف مؤسسات القطاعين العام والخاص، وإنشاء إدارة للتدريب تُعنى بوضع البرامج التدريبية للطلاب والتنسيق مع مؤسسات سوق العمل لتسهيل التدريس، ووضع خطّة تدريبية بالتعاون مع الجامعة ومؤسسات سوق العمل، تُوضَّح فيها تفاصيل التدريب للطالب».

وأما الخامس فقال: «تدريبهم في أكثر من جهة ليكون ملمّاً بشكل أكبر بواقع السياحة، ولتوعيتهم بشكل أكبر، إجبارهم على مشاريع للخريجين بإيجاد حلول لمشكلات السياحة»، وقال السادس: «تعليم الخريج كيفية التعامل مع السائح، عقد دورات وورش عمل، والشراكة الحقيقية مع القطاع الخاص، وتطوير المناهج وتحديثها بشكل دوري»، أمّا السابع فكانت إجابته: «التدريب المستمرّ من خلال تنويع برامج التدريب لتفي بحاجات سوق العمل، وربط التدريب بحاجات سوق العمل، وإشراك القطاع الخاص وسوق العمل في تقييم مخرجات التعليم». يلاحظ أنَّ معظم أرباب العمل متفقين على تدريب الخريجين على كيفية التعامل مع السياح والشراكة الحقيقية مع القطاع الخاص.

السؤال الخامس: ما المقترحات لتطوير السياحة الخارجية والداخلية لتخدم خريجيها في سوق العمل في الأردن؟

جاءت الإجابات على النحو التالي:

أجاب الأول: «ترميم الأماكن الأثرية، ودعاية للأماكن السياحية، وتعريف الأردنيين بالأماكن السياحية وتشجيعهم على زيارتها، وتقليل تكلفة أجور الفنادق والمشروبات والأطعمة، وعمل تخفيض للسياح»، وقال الثاني: «تسويق السياحة في الأردن من خلال وسائل الإعلام، والشراكة الحقيقية مع القطاع الخاص، وترميم الأماكن الأثرية، وتنظيم المهرجانات والمناسبات الثقافية لكونها عناصر جذب للسياحة الداخلية والخارجية»، وأمّا الثالث فأجاب: «دور الدولة في تشجيع النمو السياحي وتعزيز دور المنظمات السياحية الوطنية لإعداد خطط التنمية السياحية ومتابعتها، وتقديم حوافز خاصة للاستثمارات السياحية الصغيرة، والتركيز على تقديمها للمشاريع الكبيرة، وضبط التجاوزات والأسعار، ومراقبة مختلف الخدمات السياحية في الأردن».

وقال الرابع: «تسويق السياحة الأردنية في الخارج، وخاصة في الدول الأوروبية، كسياحة قائمة بذاتها من خلال كثافة المواقع السياحية الموجودة في الأردن، ووضع خرائط سياحية للوصول إلى المراكز والمواقع السياحية، وإجراء دورات تثقيفية للمواطنين والمهتمين بالسياحة لشرح معاني السياحة والتفاعل الحضاري مع السياح»، وأما الخامس فقال: «ترميم الأماكن السياحية وتشجيع أبناء الوطن بالذهاب إليها؛ ليصبح الإقبال عليها أكبر».

وقال السادس: «تنظيم المهرجانات والمناسبات الثقافية كونها عنصر جذب للسياحة، وتقديم حوافز خاصة للاستثمارات السياحية، وعمل دعاية وإعلان للأماكن السياحية»، أمّا السابع فكانت إجابته: «تسويق المنتج، وتعريف بالأماكن السياحية من خلال وسائل الإعلام المختلفة، والاهتمام

بالبيئة التحتية كتعبيد الطرق وشبكة المواصلات والاتصالات، والملاهي والمقاهي، وترميم الأماكن الأثرية». يُلاحظ أنَّ معظم أرباب العمل متفقين على تفعيل الدعاية والإعلان للأماكن السياحية لتسويق السياحة في عدة بلدان»، وترميم الأماكن الأثرية.

الفصل الرابع

مناقشة النتائج والتوصيات

الفصل الرابع
مناقشة النتائج والتوصيات

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول، وينصّ على: «ما درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لحاجات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية»؟

أظهرت نتائج الدراسة أنَّ درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لحاجات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، في الجامعات الأردنية كانت مرتفعة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.77) وانحراف معياري (0.51)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة أنوي وولر وولانكفورد (Inui، Wheeler & Lankford، 2006) وأشارت نتائج الدراسة إلى أنّ التعليم السياحي في الجامعات يميل إلى التركيز على تزويد الطلبة بالقدرة الكافية للعمل في قطاع السياحة، وتعزيز الوعي للآراء والمسائل الهامة في التعليم السياحي، وتزويد الطلبة بالأساس الفلسفي والاجتماعي لتحسين إستراتيجيات اتخاذ القرار لديهم، إضافة إلى الإعداد المهني.

كما أنَّ دور التعليم السياحي يُعدّ أكثر من معالجة أو تهيئة الطلبة، بل جعلهم قادرين على العمل في القطاع السياحي، واتفقت مع دراسة جولدبيرج وسمث (Goldberg &Smith، 2007) التي أظهرت أنَّ التعليم التخصصي الذي يتوافق مع حاجات السوق، هو الذي يقدّم لسوق العمل موارد بشرية قادرة على التعامل مع السوق ومستجداته بمهنية وحرفية، كما أنَّ لكل مرحلة دراسية دوراً هامّاً في اتخاذ الطالب قراره المهني ونوعية

المهنة التي سيلتحق بها مستقبلاً، ممّا يترك نتائج إيجابية على المخرجات النهائية لسوق العمل.

كما أنَّ هناك تأثيراً لسنوات الدراسة الجامعية على سوق العمل، وتُعزى هذه النتيجة إلى أنَّ مستويات الخريجين من الناحية الأكاديمية قد تكون عالية، ولذلك جاءت النتيجة بشكل مرتفع، كما أنّ المواد المتضمنة بالخطة الدراسية للطلبة تُكسبهم مهارات التعامل مع سوق العمل، ومهارات التواصل والعمل ضمن الفريق، ومهارة القيادة والإدارة والإشراف، وتحمل المسؤولية، واتخاذ القرار، وتحمّل الضغوط.

كما لدى الكلية آلية لمتابعة مستويات أداء الخريجين في سوق العمل للتأكد من جودة مخرجاتها، كما تراعي الكليات السياحية في خطتها الدراسية مواكبة التطورات في مجال السياحة والفندقة، إضافة إلى حاجات المجتمع، كما تستخدم وسائل دقيقة لتقييم الخطة الدراسية بشكل دوري، وتوظّف نتائج التقييم الدوري للخطة الدراسية عند تعديل أو تطوير أو تحسين المنهاج، كما تتضمن الخطة الدراسية تدريباً ميدانياً كافياً؛ وذلك لتمكين الطالب من ربط ما تعلمه نظرياً مع الجانب العملي، وتطبيق كلّ ما تعلمه نظرياً إلى واقع عملي.

كما أنَّ كليات السياحة تستعين في بعض الأحيان بالخبراء وأرباب العمل، فيما يتعلق بالسياحة من أجل تطوير البرامج الخاصة بهذا الشأن، وتقوم بمراجعة تلك البرامج في ضوء حاجات سوق العمل، إلاّ أنَّ تطوير تلك البرامج ومراجعتها لا يتمّ بشكل آني؛ لأنَّ الكليات تلتزم بنظام الفصول الدراسية التي لا تسمح بتعديل وتطوير البرامج إلاّ في بداية كلّ عام دراسي أو كل عدة سنوات.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة أبو حمادة (2006) التي أشارت إلى عدم ملاءمة خريجي مؤسسات التعليم العالي لحاجات سوق العمل، ووجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين مدى مواءمة خريجي مؤسسات

التعليم العالي لحاجات سوق العمل السعودي، وتفعيل توجه المملكة نحو السعودة. واختلفت مع دراسة العتيبي (2010) التي أشارت إلى ضرورة الاهتمام بالجودة النوعية للطلاب بتخريج كوادر ذوي قدرات ومهارات مناسبة، وضرورة إعادة النظر ومشاركة القطاع الخاص في تحديد المناهج الحالية في الجامعات.

واختلفت مع دراسة الصمادي (2016) التي أشارت نتائجها إلى أنَّ أسباب عدم المواءمة بين مخرجات التعليم العالي وسوق العمل المحليّ التي تضمّنتها الاستبانة كانت عالية من وجهة نظر أفراد.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني وينصّ على: «ما درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لحاجات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحية في الجامعات الأردنية»؟

أظهرت نتائج الدراسة أنَّ درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لحاجات سوق العمل من وجهة نظر خريجي الكليات السياحة كانت مرتفعة، إذ بلغ المتوسط الحسابي (3.69) وانحراف معياري (0.65)، وتتفق هذه النتيجة مع دراسة جولدبيرج وسمث (Goldberg & Smith، 2007) التي أظهرت أنّ التعليم التخصصي الذي يتوافق مع حاجات السوق، هو الذي يقدّم لسوق العمل موارد بشرية قادرة على التعامل مع السوق ومستجداته بمهنية وحرفية.

وتُعزى هذه النتيجة إلى اهتمام وقناعة الجامعة ببرامجها التدريبية وأسلوب تصميمها وإنتاجها، وتنمية مهارات خريجيها من خلال تنظيم برامج تدريبية وتأهيلية تتواءم مع حاجات سوق العمل، وتساعد على توظيفهم، وتفعيل برامجها الدراسية في ضوء معايير الجودة لتتوافق مع حاجات أسواق العمل المحلية والإقليمية.

كما تولي اهتماماً كبيراً بتطوير برامجها وخططها التدريبية بما يحقّق مواءمة مخرجات وحداتها التدريبية مع احتياجات سوق العمل، باعتبار ذلك

عنصراً أساسياً لحاجات التنمية، كما أولت إعداد وتصميم وتطوير البرامج والخطط التدريبية اهتماماً كبيراً لضمان مسايرة برامجها للتقدم الملموس في قطاع الأعمال، ولضمان إكساب المتدرب المهارات التقنية والمهنية التي تُمكِّنه من التعامل مع سوق العمل.

كما أنَّ الجامعة تستحدث تخصصات جديدة في مجال السياحة مرتبطة بسوق العمل، وبحاجات الطلبة أنفسهم، إضافة إلى تركيز التعليم الجامعي على تزويد الطلبة بالمعارف والمهارات الأساسية الضرورية التي تمكنهم من التعامل مع سوق العمل باحترافية واقتدار، وربط ما تمّ تعلّمه نظرياً مع الجانب العملي، وتطبيق ما تعلمه نظرياً إلى واقع عملي.

واختلفت مع دراسة العبسي (2017) التي بيّنت وجود ضعف في الشراكة بين كليات المجتمع ومؤسسات سوق العمل فيما يخصّ تدريب الطلاب وأعضاء هيئة التدريس، ووضع مناهج الكليات، كما أنَّ كليات المجتمع لا تحرص على متابعة خريجيها، وهناك ضعف مواكبة مناهجها لحاجات سوق العمل، كما أنَّ برامج كليات المجتمع لا تتسم بالمرونة لكي تتواءم مع احتياجات سوق العمل.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث، وينصّ على: «هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) بين المتوسطات الحسابية لاستجابات أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية، وبين خريجي الكليات السياحيّة حول درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لحاجات سوق العمل»؟

أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى ($a = 0.05$) في استجابات أفراد الدراسة من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الأردنية، وخريجي الكليات السياحة حول درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لحاجات سوق العمل، استناداً إلى قيمة (ت) المحسوبة، إذ بلغت (0.850) وبمستوى دلالة (0.396)

للدرجة الكلية للمقياس.

واختلفت هذه النتيجة مع دراسة لبابنة وعطاري 2010)) التي أشارت إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين تقديرات الخريج عن المجال المعرفي، تُعزى لمتغير الجامعة لصالح الجامعات الحكومية. واختلفت أيضاً مع دراسة الحدابي وعكاشة (2007) التي أشارت إلى وجود فروق في آراء الطلبة حول كفاءة الإعداد المهني لهم، ومدى تلبيته لحاجات سوق العمل يعزى لمتغير الكلية.

وتُعزى هذه النتيجة إلى أنَّ برامج الكليات السياحية في الجامعتين الأردنية وعمون متقاربة في طرحها للمواد الدراسية، وطرق وأساليب التدريس، وخططها وبرامجها التدريبية، ومستوى ونوعية خريجيها، كما تتشابه ظروف طلبة الكليات السياحية وأعضاء هيئة التدريس في الجامعتين من حيث الأنظمة والتعليمات التي تضعها الجامعة لمختلف برامج الدراسات.

مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الرابع وينصّ على: «ما التصوّر المقترح لتطوير برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لتلائم حاجات سوق العمل من وجهة نظر أرباب العمل وخريجي الكليات السياحة في الجامعات الأردنية»؟

أظهرت نتائج المقابلات وجود نقاط ضعف لدى الخريجين في البرامج السياحية تتمثل في الآتي: اللغة الإنجليزية، مهارات التواصل، مهارات الحاسوب، كيفية التعامل مع السائح والأماكن السياحية. كما أشارت النتائج إلى أنّ برامج الكليات السياحية لا توفّر تسويقاً لخريجيها في سوق العمل؛ لأنَّه لا توجد قنوات اتصال بين الجامعة والخريجين وسوق العمل.

كما أشارت النتائج إلى أنَّ معظم أرباب العمل متفقون على أنّ مستوى الأداء الوظيفي للخريج ضعيف أو متدنٍّ، وغير ملّم بالجوانب السياحية، وهو بحاجة إلى مهارات لغوية ومعرفية وشخصية للاندماج في سوق العمل.

وعلى الرغم من ذلك فقد أظهرت نتائج المقابلات وجود نقاط قوة لدى الخريجين في البرامج السياحية تتمثل فيما يأتي:

1. الإلمام بالجانب النظري الأكاديمي.
2. تحمّل ضغوط العمل.
3. امتلاك الخريجين مهارات حيوية، مثل: اتخاذ القرار، تحمّل المسؤولية، وحلّ المشكلات.
4. الانضباط السلوكي لدى الخريجين.

وأظهرت نتائج المقابلات عدداً من المقترحات التي يقدّمها خريجو الكليات السياحية، وأرباب العمل؛ للتغلب على المعيقات التي تعيق مخرجات البرامج السياحية في الجامعات الأردنية، لتوائم حاجات سوق العمل على النحو الآتي:

1. تطوير المناهج لتناسب سوق العمل.
2. استيعاب متغيرات العصر.
3. إشراك أصحاب الخبرة والاختصاص من القطاعات الخاصة والعامة في تطوير المناهج.
4. التطوير المستمر للبرامج والمناهج السياحية ومستويات الأداء المهني، وفقاً لاحتياجات السوق وتطوراته التقنية.
5. ربط التدريب بحاجات سوق العمل.
6. عقد شراكة حقيقية مع مؤسسات سوق العمل من أجل إيجاد آليات المواءمة في تخريج طلبة يمتلكون المهارات والكفايات اللازمة لسوق العمل.
7. الاستعانة بأصحاب الخبرة والاختصاص في سوق العمل كمحاضرين في بعض الجوانب التطبيقية.
8. استخدام وسائل وطرق تدريس حديثة تعتمد على التفكير الإبداعي وحل المشكلات.
9. التدريب والتأهيل المستمر بالشراكة مع مؤسسات سوق العمل.

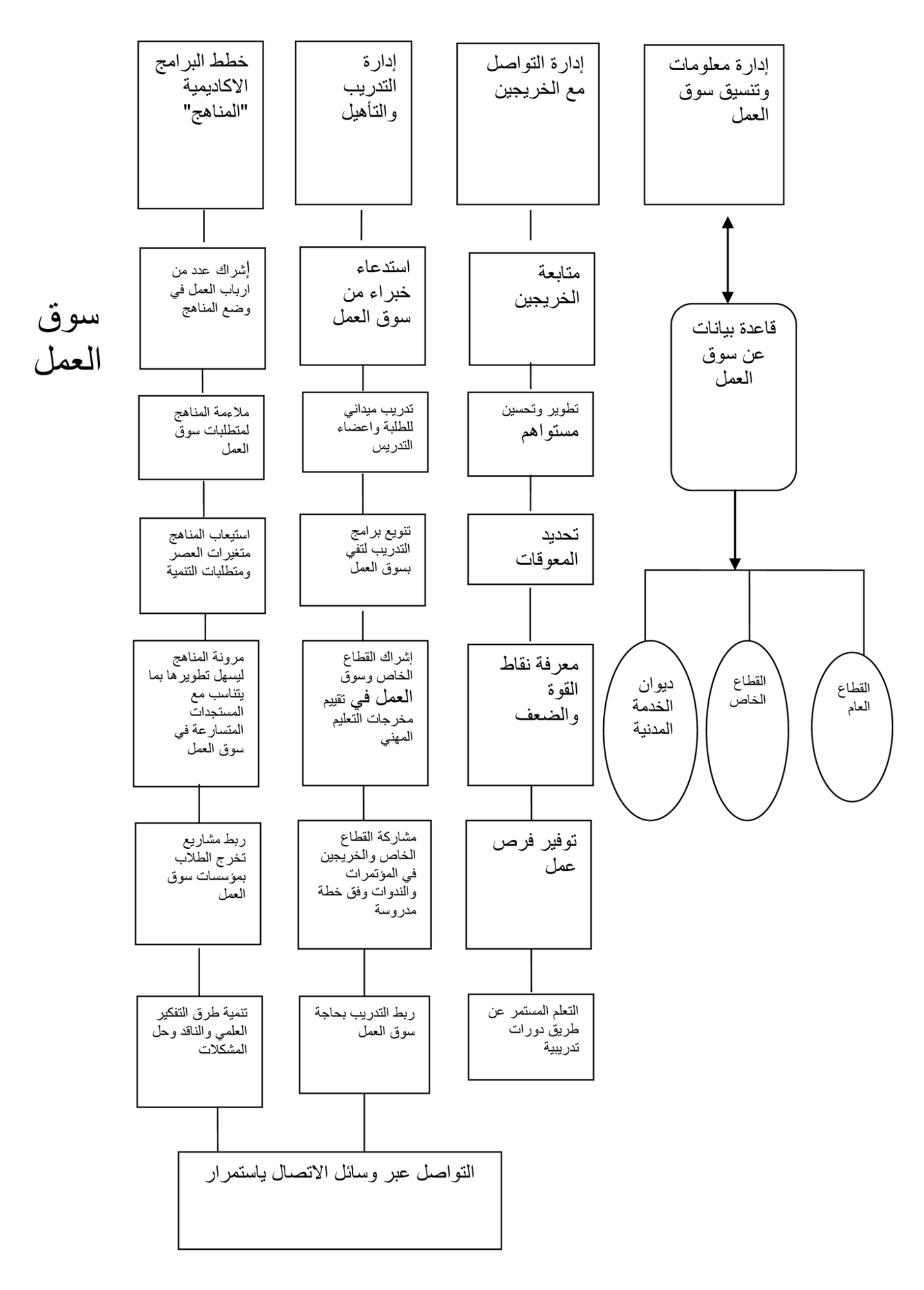
وأشـارت نتـائج المقـابلات مع أرباب العـمل إلـى أنَّه يمكن تحـسين أداء الخريجين في الكليات السياحية من خلال ما يأتي:

1. تدريب الخريجين على كيفية التعامل مع السياح والأماكن السياحية.
2. الشراكة الحقيقية مع القطاع الخاص.
3. التركيز على الجانب العملي والتطبيقي.
4. تدريب الخريجين في فترة الدراسة.
5. وضع خطة تدريبية بالتعاون مع الجامعة ومؤسسات سوق العمل، توضّح فيها تفاصيل التدريب للطالب.
6. تطوير المناهج وتحديثها بشكل مستمرّ.
7. ربط التدريب بحاجات سوق العمل.

كما أشارت نتائج المقابلات إلى أنَّ معظم أرباب العمل متفقون على أنَّ البرامج السياحية في الجامعات الأردنية لا تقدّم أيّ حلول لمشكلات القطاع السياحي، فهي بحاجة إلى إعادة برامجها وتحديثها للتصدي للمعوقات التي تواجه القطاع السياحي، ووضع حلول مناسبة.

بناء على ما تقدّم فقد قدمت الباحثة تصوراً مقترحاً لدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية لحاجات سوق العمل الأردني.

مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية



الشكل 7: التصور المقترح

التوصيات:

بناء على ما توصّلت إليه الدراسة من نتائج، فقد قدّمت التوصيات الآتية:

1. تطوير مناهج وبرامج الكليات السياحية بما يتماشى مع مواكبة التطورات في مجال السياحة والفندقة، إضافة إلى حاجات المجتمع.
2. تفعيل قنوات اتصال متعددة بين الخريجين والكلية من جهة، وبين الكلية وأرباب العمل من جهة أخرى لتبادل الآراء حول البرامج التي تقدّمها الكلية.
3. تفعيل قاعدة بيانات متعلقة بالخريجين والعمل على استدامتها والاستفادة منها، وتحديثها بشكل مستمر.
4. تحديد خطط تدريبية بالتعاون بين الكليات السياحية ومؤسسات سوق العمل، توضع فيها تفاصيل التدريب، تؤدي للوصول إلى الهدف المنشود من التدريب.
5. تشجيع الباحثين على إجراء دراسات تتناول برامج الكليات السياحية وحاجات سوق العمل الأردنية.
6. المراجعة المستمرة لبرامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية ومناهجها، وتحسينها وتطويرها وإعادة هيكلتها؛ لتصبح أكثر التصاقاً بحاجات الطلبة واحتياجات المجتمع، ولتسهم في تنمية مهاراتهم وقدراتهم وثقتهم بأنفسهم، وإعدادهم للعمل المنتج.

المراجع

المراجع العربية:

- أبو حمادة، عبد الموجود عبد الله. 2006. «مدى ملاءمة خريجي مؤسسات التعليم العالي لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر الشركات السعودية بمنطقة القصيم». **مجلة آفاق جديدة** 18(1–2): 171–136.
- أبو رمان، أحمد. 2011. «دور الجامعات في نشر الثقافة السياحية». صحيفة الغد، نوفمبر 10.
- أبو شهاب، علاء الدين. 2020. «السياحة الرياضية». سجلات الأردن. استرجع في 13 نوفمبر، 2021 (https://jordanrec.com/archives/26440).
- أبو بشير، محمد عزة. 2017. «سياحة المؤتمرات.. صناعة الحاضر». صحيفة الغد.
- الأمانة العامة، لجامعة الدول العربية. 2011. «إدارة الإحصاء وقواعد المعلومات، وتقرير الدول العربية أرقام ومؤشرات». 3: 110 – 135.
- الأيوبي، منصور. 2011. **ملائمة خريجي التعليم العالي الفلسطيني لمتطلبات سوق العمل في ظل المتغيرات العالمية.**
- البرنامج التنموي، لمحافظة العقبة. 2015. «**واقع القطاعات الإنتاجية في محافظة العقبة**». في المؤتمر الصحفي لإطلاق البرامج التنموية للمحافظات للأعوام 2016/ 2018.
- الترتوري، محمد. 2009. **إدارة الجودة الشاملة في مؤسسات التعليم العالي والمكتبات ومراكز المعلومات.** عمان: دار المسيرة للطباعة والنشر.
- التوني، ناجي. 2001. **دور وآفاق القطاع السياحي في اقتصاديات الأقطار العربية.** الكويت: المعهد العربي للتخطيط.
- الحاج، فيصل عبد الله، سوسن شاكر مجيد، والياس سليمان جريسات. 2008. **دليل ضمان الجودة والاعتماد للجامعات العربية وأعضاء الاتحاد.** عمان: الأمانة العامة لاتحاد الجامعات العربية.

- الحريري، رافدة. 2011. **الجودة الشاملة في المناهج وطرق التدريس**. عمان: دار الميسرة.
- الحموري، عبدالناصر. 2017. **صناعة السياحة «الأردن أنموذجاً»**. عمان: دار الصفاء للنشر.
- الخطيب، أحمد رداح. 2010. **الاعتماد وضبط الجودة في الجامعات العربية**. إربد: عالم الكتب الحديث.
- الرشيد، سامي. 2014. «السياحة في الأردن والعالم العربي». **وكالة عمون الإخبارية**، أكتوبر 5.
- الرفاعي، هالة عبد الرحمن. 2003. **التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة**. مصر: الملتقى المصري للإبداع والتنمية.
- الرواشدة، أحمد. 2019. «العقبة تستضيف لأول مرة مؤتمر إيكاو لخدمات الطيران الدولي». **صحيفة الغد**.
- الريامي، أحمد. 2009. «فاعلية برنامج قائم على المفاهيم السياحية في تنمية الوعي السياحي لدى طلبة الدراسات الاجتماعية بكلية العلوم التطبيقية بالرستاق في سلطنة عُمان». جامعة اليرموك، إربد، الأردن.
- الشافعي، إبراهيم، راشد الكثيري، و سر الختم عثمان. 2006. المنهج من منظور جديد. 3 ط. الرياض: مكتبة العبيكان.
- الشوملي، يعقوب. 2016. **واقع سوق العمل في الأردن وتحدياته**.
- الصمادي، هشام. 2016. «المواءمة بين مخرجات التعليم العالي وسوق العمل في الأردن». كلية عجلون الجامعية، جامعة البلقاء التطبيقية 2 (2): 124–48.
- الطائي، يوسف. 2005. «إمكانية تطبيق إدارة الجودة الشاملة في التعليم الجامعي دراسة تطبيقية». **مجلة الإدارة والاقتصاد** 1(2): 214–46.
- العبسي، رهيب. 2017. «تصور مقترح لمواءمة مخرجات كلية المجتمع في الجمهورية اليمنية مع متطلبات سوق العمل في ضوء الواقع الحالي لها».

المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي 10(28): 155–81.

- العبيدي، سيلان جبران. 2006. «ضمان جودة مخرجات التعليم العالي في إطار حاجات المجتمع». **في المؤتمر الثاني عشر للوزراء المسؤولين عن التعليم العالي والبحث العلمي في الوطن العربي بعنوان المواءمة بين مخرجات التعليم العالي وحاجات المجتمع في الوطن العربي**. بيروت.
- العتيبي، منير. 2010. «مدى ملائمة مخرجات التعليم العالي لاحتياجات سوق العمل السعودي». **دراسات المجلة التربوية** 24(94): 251–88.
- القثمي، أسامة. 2007. «برامج التدريب التحويلي المنفذة في مراكز خدمة المجتمع والتعليم المستمر بالجامعات وكليات التقنية السعودية وقدرتها على تحقيق المواءمة بين مخرجات المؤسسات التعليمية ومتطلبات سوق العمل السعودي». جامعة أم القرى، مكة المكرمة، المملكة العربية السعودية.
- القطامين، رياض. 2011. «البخييت يفتتح المؤتمر الدولي المعلوماتي في 'أردنية العقبة' اليوم». صحيفة **الرأي**، مارس 29.
- المطيري، بدر. 2014. «دور الجامعات السعودية في تنمية الموارد البشرية وتوفير فرص العمل لخريجيها المشكلات والحلول المقترحة». جامعة اليرموك، إربد، الأردن.
- الملكاوي، عمر. 2008. التسويق السياحي والفندقي. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- الياس، سراب، محمود الديماس، حسن الرفاعي، و حسين عطير. 2001. تسويق الخدمات السياحية. 1 ط. عمان: دار المسيرة للطباعة والنشر.
- بترا. 2019. «الأردن بالمرتبة الثانية باستضافة المؤتمرات والاجتماعات 2018». **وكالة بترا الأردنية**. استرجع في 9 ديسمبر، 2021.

https://www.petra.gov.jo/Include

InnerPage.jsp?ID=102451&lang=ar&name=news

- بركنو، نصيرة. 2019. «دور الواقع الافتراضي في تنمية الصناعة السياحية». **مجلة الاقتصاد الدولي والعولمة** 2(3):54-69.
- بظاظو، إبراهيم. 2021. **السياحة الأردنية في مئة عام**. عمان: وزارة الثقافة الأردنية.
- بوبطانة، عبد الله. No Title. 2001 تفعيل التعاون بين التعليم العالي وقطاع الأعمال. الرياض: مطبعة مكتب التربية العربي لدول الخليج.
- توفيق، ماهر عبد العزيز. 2008. صناعة السياحة. عمان: دار زهران للنشر.
- جامعة الدولة، العربية. 2007. «النشرة الإحصائية للسياحة في دول الوطن العربي». 6:214.
- حسن، عبده علي. 2001. «رؤية مستقبلية للمناهج الدراسية». **مجلة العلوم التربوية والنفسية** 2(4): 322-52.
- دائرة الإحصاءات، العامة. 2016. **التقرير الإحصائي للأعوام** 2010-2015.
- دعبس، محمود إبراهيم. 2001. **الجذب السياحي ماهيته وخصائصه والعوامل المؤثرة فيه**. ط1. القاهرة: الملتقى المصري للإبداع والتنمية.
- راشد، علي. 2007. **الجامعة والتدريس الجامعي**. جدة: دار الشروق.
- زين الدين، صلاح. 2016. «دراسة لفرص وتحديات التنمية السياحية المستدامة في مصر». **في المؤتمر العالمي الدولي الثالث**. مصر: ، كلية الحقوق، جامعة طنطا.
- سليم، ماهر. 2009. «نظرة إلى واقع التعليم الجامعي في الأردن». **مجلة البحث العلمي** 1:59-69.
- سويلم، عبد المجيد. 2005. **مشكلات المواءمة بين مخرجات التعليم والتدريب المهني ومتطلبات سوق العمل الفلسطيني**.
- شرقي، ساجد. 2008. «دور الجامعات في تطويروتنمية المجتمع». **مركز**

الدراسات الإيرانية، جامعة البصرة 10 :169-84.
- شياد، فيصل. 2014. «تنمية السياحة العربية البينية: العقبات والحلول». **مجلة رؤى إستراتيجية** 4 :48-91.
- صالح، مفتاح، محمد عتيقة، و إبراهيم صاف. 2010. «متطلبات صناعة السياحة في ظل اتفاقية تحرير تجارة الخدمات السياحية مع الإشارة إلى حالة الدول العربية». ص17-19 **في الملتقى الدولي: اقتصاديات السياحة ودورها في التنمية المستدامة**. بسكرة، يومي: كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيذر.
- صليحة، فاطمة، فلاق شارفي، و سامية فوقة. 2020. «السياحة الافتراضية كمدخل لتفيل القطاع السياحي في ظل جائحة كورونا». **مجلة أبعاد اقتصادية** 2 (10): 351-335.
- عاشور، محمد. 2005. «دور الجامعات الأردنية في إعداد الكوادر البشرية المؤهلة لمواجهة متطلبات واحتياجات سوق العمل». **في مؤتمر كلية التربية السادس العلوم التربوية والنفسية: تجديدات وتطبيقات مستقبلية**. إربد، الأردن: جامعة اليرموك.
- عبدالخالق، أسامة. 2005. «الصعوبات التي تعوق المواءمة بين سياسات التعليم والتدريب المهني والتشغيل. ورقة قدمت إلى منظمة العمل العربية». **في الندوة القومية حول متطلبات أسواق العمل العربية في ضوء المتغيرات الدولية المنعقد في القاهرة**. القاهرة.
- عبد السلام، مصطفى. 2006. «تطوير مناهج التعليم لتلبية متطلبات التنمية ومواجهة تحديات العولمة». ص272 - 310 **في مؤتمر التعليم النوعي ودوره في التنمية البشرية في عصر العولمة**. مصر: جامعة المنصورة.
- عبد القادر، غدير. 2006. «واقع السياحة في الجزائر وآفاق تطورها». جامعة الجزائر، الجزائر.

- عبد الله، أحمد علي أحمد. 2017. «الآثار الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للسياحة الدينية في السودان بالتطبيق على احتفالات الطرق الصوفية في ولاية الجزيرة (في الفترة من 2015م وحتي 2016م)». جامعة شندي.
- عبد الله، محمد. 2006. «مدى مواءمة تخصصات البرنامج التأهيلي بقسم العلوم الإدارية في كلية المجتمع بالرياض -جامعة الملك سعود- مع متطلبات سوق العمل السعودي». جامعة المللك سعود الرياض، المملكة العربية السعودية.
- عريقات، حربي و سعدون الساقي. 2004. **واقع السياحة في الوطن العربي مع التركيز على الأردن**. عمان: جامعة الإسراء.
- علان، مأمون. 2013. «نحو تطوير السياحة الجيولوجية في الأردن: الواقع والآفاق». **مجلة مؤتة للبحوث والدراسات**.
- عودة، خليل. 2010. «التخصصات الجامعية وسوق العمل». **في المؤتمر العلمي الرابع لجامعة عدن «جودة التعليم العالي نحو تحقيق التنمية المستديمة»**. عدن.
- عيروط، مصطفى. 2012. «مدى مواءمة التخصصات التي تقدمها كليتي الأميرة عالية وعمان الجامعية لمتطلبات سوق العمل من وجهة نظر الطلبة». **مؤتة للبحوث والدراسات، سلسلة العلوم الإنسانية والاجتماعية** 27(4):176 - 225.
- غرايبة، خليف. 2012. **السياحة البيئية**. دار ناشري للنشر الإلكتروني www.Nashiri.Net.
- غنيم، عثمان و بنيتا سعد. 2000. **التخطيط السياحي**. عمان: دار الصفاء للنشر.
- قنديل، شريف. 2004. «إعادة هيكلة الدراسات العليا بما يتوافق مع قضايا التنمية»، ندوة هيكلة التخصصات في الجامعات ومؤسسات

التعليم العالي لمواءمة مخرجاتها مع متطلبات التنمية في دول مجلس التعاون. **في الاجتماع الرابع عشر للجنة رؤساء ومديري الجامعات ومؤسسات التعليم العالي بدول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، جامعة الخليج العربي**. البحرين.

- لقمان، احمد محمد. 2007. «تجسير الفجوة بين إعداد الموارد البشرية واحتياجات سوق العمل: وجهة نظر منظمة العمل العربية». **في مؤتمر المعرفة الأول بإشراف مؤسسة الشيخ محمد بن راشد آل مكتوم**. دبي الإمارات العربية.
- مجدي، إبراهيم. 2000. **تطوير التعليم العالي عصر العولمة**. القاهرة: مكتبة الإنجلو المصرية.
- مركز الفينيق، للدراسات الاقتصادية والمعلوماتية. 2011. «التحديات التي يواجهها سوق العمل الأردني». **سلسلة تقارير المرصد العمالي الأردني** (2):5-29.
- مقابلة، خالد. 2004. «كيف يقيم أدلاء السياح في الأردن برامجهم التعليمية». **مجلة دراسات العلوم الإنسانية والاجتماعية** 31(1):135-51.
- مقابلة، خالد و فيصل ذيب. 2000. **صناعة السياحة في الأردن**. عمان: دار وائل.
- هاني، نوال. 2013. «تنافسية القطاع السياحي في الدول العربية». **مجلة الباحث** 13:73-82.
- وزارة التعليم العالي والبحث العلمي. 2015. «No Title». **في المؤتمر العربي الدولي الخامس لضمان جودة التعليم العالي خلال الفترة 3-5 مارس 2015**. الإمارات العربية المتحدة: جامعة الشارقة.
- وزارة السياحة، والآثار. 2012. **النشرة الإحصائية السياحية**. عمان.
- وهيب، محمد. 2018. **اكتشاف جديد عن أضخم طائر زاحف في العالم في الأردن الرصيفة**. الأردن: دار الأبرار لنشر والتوزيع.

- يعقوب، أسامة باسم صبري. 2020. **التأهيل المستدام للمدن الأثرية و التاريخية وأثره في مستقبل السياحة الثقافية في العراق دراسة ميدانية - مدينة أور الأثرية انموذجًا.**

المراجع الأجنبية:

- Goldberg, J. & Smith, J.(2007), Effects of education on labor outcomes, **Higher Education Journal Revision Edition**, 8(3), 1-48.
- Sallim, Q. (2001), The Mismatch Between Supply of University Graduates and Demand in Labor Market in Ghana, Colombia University, Teachers College, **Eric-0745, pp.1-2.**
- Rosen, Vern. (2000), **Beyond higher Education, Access to learning for Adults**, USA: Northeast Open College networks.
- Busby, G. (2003), The concept of Sustainable Tourism within the Higher Education Curriculum: A British Case Study, **Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education**, 2(2), p48-58.
- Bordelais, J. p.V (2007), **Environmental policy development in the Caribbean, Barbados, the Dominican Republic, and Guadeloupe**, Ph. D. Published, George Mason University. George
- Psacharopoulos. &Velz, J. (2003). Higher Education Quality and labor market outcomes, **Comparative Education Review**, 35 (1), p.p: 170-176.
- Inui, Y.; Wheeler, A. &Lankford, S. (2006), Rethinking Tourism Education: What Should Schools Teach?, **Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education**, 5 (2), 25-60.
- Totaro, E. &Simone, A.(2001), Environmental and culture tourism as a model of an economic sustainable activity- Sensibility and participation of

Sannio University student, **International Journal of Sustainability in Higher Education**, 4 (2), 234-278.

- World Travel &Tourism Council (WTTC) (2013), **Economic Impact Report**, Country Reports.
- Hughes, j. (1998), **The task force on initial teachers education programs,** final report, Winnipeg: Manitoba university.

الملاحق

ملحق (1)

أداة الدراسة بصورته النهائية

	الرقم	العبارة	موافق بشده	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشده
مستوى الخريجين	1	تتابع الكليات السياحية أداء خريجيها في المؤسسات التي يعملون فيها لتحديد نقاط القوة وتعزيزها.					
	2	تتابع الكليات السياحية أداء خريجيها في المؤسسات التي يعملون فيها لتحديد نقاط الضعف ومعالجتها.					
	3	تقدم الكليات السياحية معارف ومهارات للخريجين تؤهلهم للالتحاق بسوق العمل.					
	4	يمتلك خريج الكليات السياحية مهارات العمل بروح الفريق الواحد.					
	5	توائم مخرجات التعليم احتياجات سوق العمل					
	6	تعمل الكليات السياحية على تفعيل العلاقة بين الطلبة					

المحور	م	العبارة					
		ومؤسسات المجتمع المحليّ قبل الخروج إلى سوق العمل من خلال (التدريب العملي والزيارات).					
	7	تزود الكليات السياحية خريجيها بمهارات الاتصال بما يخدم سوق العمل.					
تطوير البرامج الأكاديمية (المناهج)	8	تواكب برامج الكليات السياحية التغيرات والتطورات التكنولوجية في سوق العمل.					
	9	تستعين الكليات السياحية بذوي الخبرة من العاملين بالمؤسسات في وضع الخطط والبرامج التدريسية.					
	10	تستعين الكليات السياحية بالمتخصصين والفنيين العاملين في المؤسسات السياحية وسوق العمل كمحاضرين في بعض الجوانب التطبيقية.					
	11	تعمل الكليات السياحية على مراجعة برامجها السياحية في ضوء متطلبات سوق العمل.					

	12	تربط الكليات السياحية مشاريع تخرج الطلبة بمؤسسات سوق العمل.					
	13	تعمل الكليات السياحية على تطوير برامجها بشكل مستمر بما يتناسب مع المتغيرات المتسارعة في سوق العمل.					
برامج تدريب الخريجين	14	يتلقى خريجو الكليات السياحية تدريباً كافياً في سوق العمل قبل تخرّجهم.					
	15	تنوّع الكليات السياحية برامج التدريب لتفي بحاجة سوق العمل المحلي والإقليمي والدولي.					
	16	تنمي برامج الكليات السياحية المهارات التي تمكّن الخرّيجين من التعامل مع سوق العمل باحترافية.					
	17	تقدّم الكليات السياحية خدمات التدريب وفقاً لاحتياجات سوق العمل بالشراكة مع القطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني.					
	18	توفر الكليات السياحية دورات تدريبية للطلبة تسهّل اندماجهم بسوق العمل.					

التواصل مع الخريجين	19	توفّر الكليات السياحية قاعدة بيانات متكاملة عن الخريجين تشمل مجالات تخصصهم ومجالات عملهم.					
	20	تجري الكليات السياحية دراسات ميدانية متخصصة عن أوضاع السياحة المحلية بالتعاون مع الخريجين.					
	21	تتواصل الكليات السياحية مع النقابات المهنية في مجال تطوير مهارات الخريج لتناسب سوق العمل.					
	22	تتواصل الكليات السياحية مع الخريجين وإعلامهم بالأنشطة عن طريق موقع الكلية ومواقع التواصل الاجتماعي.					
	23	تتوافق مخرجات برامج الكليات السياحية مع متطلبات سوق العمل.					
	24	تستعين الكليات السياحية بالمعنيين من مؤسسات المجتمع المحلي في إجراء الدراسات التطبيقية ذات الأهداف المشتركة.					

خطط وبرامج الجامعة	25	تحدث الكليات السياحية خططها الأكاديمية بناء على متطلبات سوق العمل.					
	26	تلائم نوعية البرامج المطروحة في الكليات السياحية حاجة سوق العمل.					
	27	توفّر الكليات السياحية تخصصات تتلاءم مع حاجات سوق العمل.					
	28	سياسة القبول في الكليات السياحية تواءم بين الطلبة الملتحقين في التخصصات المختلفة وحاجة سوق العمل كماً ونوعاً.					
	29	تتميز برامج الكليات السياحية بالمرونة في الاستجابة لمتطلبات وحاجات سوق العمل.					

ملحق (2)

أسئلة المقابلة للخريجين وأرباب العمل بطاقة ملاحظة

أسئلة المقابلة المتعلقة في درجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لحاجات سوق العمل، موجهة للخريجين:

السؤال الأول: ما نقاط القوة لدى الخريجين في البرامج السياحية؟

السؤال الثاني: ما نقاط الضعف لدى الخريجين في البرامج السياحية؟

السؤال الثالث: كيف يمكن تطوير البرامج السياحية لتتناسب مع حاجات سوق العمل؟

السؤال الرابع: هل توفر الكليات السياحية تسويقا لخريجيها في سوق العمل؟

السؤال الخامس: هل تزيد دراستك للبرامج السياحية في الجامعات الأردنية فرصة الحصول على العمل؟

السؤال السادس: ما المقترحات التي تراها مناسبة لتطوير البرامج السياحية لتحقيق حاجات سوق العمل والتغلب على معيقاته؟

أسئلة المقابلة المتعلقة بدرجة مواءمة مخرجات برامج الكليات السياحية في الجامعات الأردنية لمتطلبات سوق العمل، موجهة أرباب العمل:

السؤال الاول: ما مدى تحقيق خريجي الكليات السياحية للأداء الوظيفي في سوق العمل؟

السؤال الثاني: كيف يمكن إيجاد تواصل بين الكليات السياحية وخريجيها في الجامعات الأردنية وسوق العمل (متابعة الخريجين في سوق العمل)؟

السؤال الثالث: من وجهة نظرك هل تقدّم البرامج السياحية في الجامعات الأردنية حلولاً لمشكلات القطاع السياحي؟

السؤال الرابع: برأيك لو كنت صاحب قرار فكيف يمكن أن تحسن من أداء الخريجين في الكليات السياحية في الجامعات الأردنية؟

السيره الذاتيه:



عليا عوده نصار أبو هليل (حاصلة على شهادة الدكتوراة ونائب برلماني سابق).

أعتقد إن الإجتهادات والإحباطات والإنجازات لأي إنسان في حياتة هي أوسع من مساحة التغطية لأي سيرة ذاتية. وانا من الاشخاص المحظوظين اللذين لا يُصدِّقون أكذوبة أن «الإنسان» لا يقدر (Yes you can). لذا تنقلت في مسيرة حياتي في عدة محطات مختلفة ولكن جلها ضمن منظومة التعلم والتعليم والتشريعات لتنمية الموارد البشرية المستدامة و هذا قادني بالمحصلة لبحوثي ولكتابي هذا في كيفية المواءمة ما بين متطلبات حاجات صناعة السياحة المتطوره باستمرار واستراتيجيات مواردها البشرية السياحية وذلك من خلال ربطي وتوظيفي لتجربتي العمليه كمعلمة ومشرعة كنائب سابق .

الجانب العملي والخبرات التي اكتسبتها :

- تنمية المرأة: وحالياً رئيسة جمعية سيدات فرحه للأعمال ورسالتها- تنمية وتعزيز دور المرأة والأسرة والطفولة، وكذلك عضو ناشط في تجمع لجان المرأة/العقبة. وسابقاً مقرر في اللجنة البرلمانية للمرأة والأسرة.
- أكاديميا: سابقاً محاضر غير متفرغ/الجامعة الاردنية/العقبة. ومدرب/ محاضر غير متفرغ في برنامج محاربة جيوب الفقر بوادي عربه وحماية الطفل من العنف من (5-8 سنوات).
- التربية والتعليم: سابقاً معلمة ومشرفة تربويه للفتره (1983-2016) والمقررة للجنه التربية والتعليم البرلمانية/ لمجلس الثامن عشر، وعضو في لجنة مناهج وزارة التربية والتعليم والمقرر للجنة التوجية الوطني والاعلام والثقافة.
- التنميه السياسية والتشريعية البرلمانية: عضو في البرلمان الاردني المجلس الثامن عشر للفترة (2016-2020).

للاطلاع على قائمة منشورات وأخبار الوزارة
يُـرجى زيـارة العنـاوين التـاليـة :



موقـع وزارة الثقـافة الإلكتـروني
www.culture.gov.jo



رابط صفحة وزارة الثقـافة على الفيـس بـوك
www.facebook.com/culture.gov.jo

الموارد البشرية
في السياحة الأردنية

خمس سلاسل للنشر، متطورة وعصرية، تطلقها وزارة الثقافة الأردنية، تسد النقص في المكتبة المحلية والعربية، منشورات مهمة في حقول معرفية مختلفة، فجاءت سلسلة فكر ومعرفة التي تسعى إلى خلق الوعي والإدراك وتنمية التفكير وفهم الحقائق وسياقات التاريخ والحياة، وتفسير النتائج والتجربة الإنسانية، وخلق التأمل الفلسفي ضمن آليات المنطق والتحليل العلمي. وسلسلة الفلسفة للشباب بهدف تشجيع الأجيال الجديدة للإفادة من مناهج الفلسفة في فهم العالم المعاصر، وتوعية الرأي العام بأهمية الفلسفة، واستخدامها نقديا لمعالجة طروحات العولمة وعصر الحداثة. وسلسلة الكتاب الأول التي تُعنى بنشر الكتاب الأول للمؤلفين؛ كباكورة لأعمالهم المستقبلية، مع مراعاة الإبداعية والشروط الكتابية الناضجة. وسلسلة سرد وشعر التي تُعنى بالكتابات الشعرية والسردية المهمة، المغايرة والمختلفة في الطرح والشكل، ذات الجودة والمكانة في تحقيق إضافة نوعية للمكتبة المحلية والعربية. وسلسلة شغف، تختص بالمخطوطات الموجهة للطفل، شعراً ونثراً، تراعي حاجات الطفل الفكرية والنفسية والوجدانية، وتحقق شروطها الفنية والجمالية والإبداعية.





هاتف: 5696218 962 + فاكس: 5691640 962 + ص.ب: 6140 عمّان - الأردن
E-mail:info@culture.gov.jo website:www.culture.gov.jo

الكتاب متوفر على منصة الكتبا الإلكترونية
https://alkutba.gov.jo